



ДОКЛАД ОТ ИЗСЛЕДВАНЕ

ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО СРЕД ЖЕНИТЕ

СОЦИАЛНО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО

СОЦИАЛНИ ИНОВАЦИИ

Проект „FEMTERPRISE – Насърчаване на създаването на социални предприятия чрез укрепване на предприемаческия потенциал на младите жени”, съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония 2014-2020 г.

Настоящият доклад от изследване, обобщаващ изследването, беше изготвен от Камп България ЕООД по искане на Сдружение „Вива Пауталия” – бенефициент по проекта „FEMTERPRISE – Насърчаване на създаването на социални предприятия чрез укрепване на предприемаческия потенциал на младите жени”, съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония 2014-2020 г.

2017 г.



Viva Pautalia



ДОКЛАД ОТ ИЗСЛЕДВАНЕ

ОБЩА ИНФОРМАЦИЯ	3
ОБЩА ЦЕЛ, ПОДЦЕЛИ И ПОСТИГНАТИ РЕЗУЛТАТИ	4
ВЪВЕДЕНИЕ	6
Основни цели на СОЦИОЛОГИЧЕСКОТО ИЗСЛЕДВАНЕ	6
ЦЕЛЕВИ ГРУПИ	6
ГЕОГРАФСКИ ОБХВАТ	7
ПРИЛАГАНИ МЕТОДИ ЗА ИЗСЛЕДВАНЕ И ОСНОВНИ КРАЙНИ РЕЗУЛТАТИ	7
ИДЕНТИФИЦИРАНЕ НА ОСНОВАТЕЛИТЕ НА МРЕЖАТА FEMTERPRISE	7
ИЗСЛЕДВАНЕ НА ДОКУМЕНТИ	8
МЕТОДИ ЗА КАЧЕСТВО	9
РАБОТНИ ХИПОТЕЗИ	11
ОСНОВНИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ	12
АНАЛИЗ НА СВЪРЗАНИТЕ СТАТИСТИЧЕСКИ, ДЕМОГРАФСКИ И ВТОРИЧНИ ДАННИ ЗА СОЦИАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО И СОЦИАЛНИТЕ ИНОВАЦИИ С ФОКУС ВЪРХУ ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО СРЕД ЖЕНИТЕ	17
АНАЛИЗ НА ОСНОВНИ ПОЛИТИЧЕСКИ И ПРАВНИ ДОКУМЕНТИ, СВЪРЗАНИ СЪС СОЦИАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО, ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО СРЕД ЖЕНИТЕ И СОЦИАЛНИТЕ ИНОВАЦИИ	34
АНАЛИЗ НА РЕГИОНАЛНИ И НАЦИОНАЛНИ УЕБСАЙТОВЕ, ФОКУСИРАНИ ВЪРХУ СОЦИАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО, ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО СРЕД ЖЕНИТЕ И СОЦИАЛНИТЕ ИНОВАЦИИ ИЛИ ЦЕЛЯЩИ ДА ПОДПОМАГАТ СОЦИАЛНИТЕ/ЖЕНИТЕ ПРЕДПРИЕМАЧИ ПРИ ЗАПОЧВАНЕТО НА ТЯХНАТА ДЕЙНОСТ	43
АНАЛИЗ НА СЪЩЕСТВУВАЩИТЕ И ПОТЕНЦИАЛНИТЕ ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА СЪЗДАВАНЕ НА СОЦИАЛНИ ПРЕДПРИЯТИЯ В ТРАНСГРАНИЧНИЯ РЕГИОН НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ И МАКЕДОНИЯ	47
ДОСТЪП ДО ИНФОРМАЦИЯ	56
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	56



Обща информация

Сдружение „Вива Пауталия“, действащо като Проектен партньор № 2 (PP2) по проекта „FEMTERPRISE – Насърчаване на създаването на социални предприятия чрез укрепване на предприемаческия потенциал на младите жени“, съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония 2014-2020 г. по Договор за безвъзмездна финансова помощ № РД-02-29-221/17.10.2016 г.

Сдружение „Вива Пауталия“ е неправителствена организация, основана през 2008 г. в Кюстендил, България. Неговият обхват на компетентност включва разработване, внедряване и трансфер на устойчиви иновационни модели, методи и услуги, насочени към укрепване на гражданското общество, равенство между половете, регионална идентичност, културно и екологично разнообразие, икономическо и социално развитие и подобряване на устойчивото използване на ресурсите. Организацията играе активна роля в решаването на проблемите на лицата в неравностойно положение и маргинализираните лица и насърчава равенството между жените и мъжете чрез въвеждане на иновативни модели в неформалното образование и социалната подкрепа на национално и международно ниво.

Обща информация за конкретните държави

Според приетия от ЕК План за действие „Предприемачество 2020 г.“, жените съставляват 52% от цялото европейско население, но само от самостоятелно заетите лица в ЕС 34,4% и 30% от стартър предприемачите. Както се съобщава от статистическите данни на ЕК за жените предприемачи в Европа, процентът на жените предприемачи в общата активна работна сила (процент на предприемачеството) е 8% в България и 10% в Македония (2012 г.).

Женската креативност и предприемачески потенциал са недостатъчно експлоатиран източник на икономически растеж и работни места, които следва да бъдат допълнително развити и насърчавани сред потенциалните инвеститори в трансграничния регион на България и Македония. При създаването и управлението на бизнес жените и в двете държави са изправени пред повече трудности, отколкото мъжете, най-вече в достъпа до финансиране, обучение, нетуъркинг и в балансирането между работата и семейството.

Трудностите, пред които са изправени жените предприемачи от България и Македония, често са свързани с липсата на достъп до финансиране и информация, включително инструменти за нетуъркинг и управление на правната и регулаторната рамка на предприемачеството, дефицит на управленски знания и умения и ниска степен на подкрепа от страна на ментори. Публичните услуги за подкрепа не са с необходимото качество и не достигат до всички нуждаещи се. Съществува и широко разпространена култура, която не отдава заслуженото на успешните (жени) предприемачи като ролеви модели.

Ситуация в сектора

Необходимо е спешно да се създадат работни места за жените в граничния регион, в това число стимулиране на стартирането на бизнес и самонаемането. Социалните предприятия са важни

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония



двигатели на приобщаващо създаване на работни места и социални иновации. Те генерират устойчиви работни места и демонстрират по-силна устойчивост на кризата, отколкото традиционната икономика. Социалните предприемачи са иноватори, стимулират социалното приобщаване и допринасят за постигането на целите на стратегията "ЕС – 2020 г."

Ефективната подкрепа на жените предприемачи в граничния регион на България и Македония се състои в прилагането на холистичен подход, който интегрира основни елементи като обучение по мениджмънт, менторство и нетуъркинг с партньори, инвеститори и клиенти. Потенциалните жени предприемачи трябва да бъдат информирани за програмите за подпомагане на бизнеса и възможностите за финансиране.

Обща цел, подцели и постигнати резултати

FEMTERPRISE ще създаде благоприятна и творческа среда за 30 млади жени предприемачи, които успешно да създадат собствени предприятия и да осигурят иновативни и устойчиви решения на социални и екологични проблеми в граничния регион. Проектът предвижда множество съвместни онлайн и офлайн дейности за изграждане на капацитет, нетуъркинг, повишаване на осведомеността и популяризиране с цел постигане и поддържане на положителното му въздействие върху най-малко 3000 представители на целевите групи и осигуряване на дългосрочно бизнес сътрудничество в региона.

Обща цел

Общата цел на проекта FEMTERPRISE, от който е част настоящото изследване на документи, е както следва:

Подобряване на условията за развитие на бизнес в трансграничния регион чрез прилагане на новаторски неформален подход за укрепване на предприемаческия капацитет на жените предприемачи на възраст 18-29 години и стимулиране на създаването на социални предприятия.

Конкретните цели на проекта са следните:

- 1) Създаване на устойчива трансгранична мрежа на жените предприемачи FEMTERPRISE;
- 2) Засилване на предприемаческия капацитет и създаване на възможности за професионална и социална реализация на младите жени предприемачи;
- 3) Разработване на иновативен, устойчив и поддържащ онлайн инструмент за изграждане на капацитет, менторство и нетуъркинг между жените предприемачи, менторите, клиентите и потенциалните инвеститори от трансграничния регион;
- 4) Насърчаване на създаването на управлявани от жени социални предприятия в региона;
- 5) Насърчаване на предприемаческата култура и социалното предприемачество.



Подцели

Подцелите на изследването са следните:

- Изготвяне на въпросник за откриване на предприемаческия потенциал на жените на възраст 18-29 години;
- Изготвяне на методология за изследване, която да позволи извършването на социологическо изследване както в България, така и в Македония;
- Изследване, идентифициране и рекрутиране на основатели на мрежата FEMTERPRISE: 30 жени с предприемачески потенциал на възраст 18-29 години от граничния регион на България и Македония, като се дава предимство на безработните, на младите хора, които не учат, не работят и не се обучават (NEET), на самотните майки и др .; 10 ментори: успешни бизнесмени/социални предприемачи; 20 заинтересовани лица – потенциални инвеститори, политически стратегии, бизнес структури, представители на неправителствени организации и др.
- Подчертаване на потенциалните бизнес възможности за създаване на социални предприятия в граничния регион на България и Македония.

Постигнати резултати

- Изготвен е въпросник за откриване на предприемаческия потенциал
- Изготвена е методология за изследване
- 60 члена на мрежата FEMTERPRISE са идентифицирани и участват в мрежата на жените предприемачи FEMTERPRISE като основатели;
- Идентифицирани са бизнес възможности за създаване на социални предприятия в граничния регион на България и Македония
- Изготвен е доклад от изследване, включващ лесна за ползване версия.



Въведение

Първият раздел на доклада представя накратко методологията за изследване, използвана за събиране на данни, и описва основните инструменти, прилагани по време на извършването на изследването.

Основни цели на социологическото изследване

- Да изследват и идентифицират най-подходящите членове, които да положат основите на мрежата FEMTERPRISE в трансграничния регион на България и Македония. Мрежата има за цел да бъде иновативен, устойчив и поддържащ инструмент за изграждане на капацитет, менторство и нетуъркинг между жените предприемачи, менторите, клиентите и потенциалните инвеститори от трансграничния регион.
- Да изследват подробно съществуващите и потенциалните възможности за създаване на социални предприятия в трансграничния регион с оглед на основните нужди, проблеми и възможни решения за укрепване на предприемаческия капацитет на жените предприемачи на възраст 18-29 години и насърчаване на създаването на социални предприятия.
- Да изследват, анализират и сравнят предизвикателствата, нуждите и възможностите за развитие на предприемачеството сред жените в региона. Резултатите от проучването ще бъдат приложени по-нататък в проекта за укрепване на предприемаческия капацитет и насърчаване на възможностите за професионална и социална реализация на младите жени предприемачи от региона чрез прилагане на иновативен и неформален подход.

Целеви групи

- 1) Млади жени с предприемачески потенциал на възраст 18-29 години от трансграничния регион на България и Македония;
- 2) Успешни социални предприемачи от България, Македония и други държави от ЕС, които да работят като ментори-доброволци, жени предприемачи и местна и регионална работна сила, за предпочитане от трансграничния регион на България и Македония;
- 3) Местни и регионални заинтересовани лица, бизнесмени, инвеститори, неправителствени организации, политически стратегии и медии, за предпочитане от трансграничния регион на България и Македония.

Целта на изследването е да има приблизително равен брой участници от всяка от целевите групи от двете страни на българо-македонската граница.

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония



Географски обхват

Въпреки че изследването не претендира да е представително, социологическото изследване имаше за цел да обхване респондентите и бизнес възможностите в целия граничен регион на България и Македония.

От българска страна граничният регион включва две области по NUTS 3 – Благоевград и Кюстендил (52,5% от територията на програмата за трансгранично сътрудничество), включващи 23 общини, 462 населени места и население от 452 973 души (46,2% от общото население на програмния регион, 6,2% от населението на страната):

- Област Благоевград: 14 общини – Банско, Белица, Благоевград, Гоце Делчев, Гърмен, Кресна, Петрич, Разлог, Сандански, Сатовча, Симитли, Струмяни, Хаджидимово, Якоруда;
- Област Кюстендил: 9 общини – Бобовдол, Бобошево, Дупница, Кочериново, Кюстендил, Невестино, Рила, Сапарева баня, Трекляно.

От македонска страна граничният регион включва 3 региона по NUTS 3 – Североизточен, Източен и Югоизточен (47,5% от територията на програмата за трансгранично сътрудничество, 33,4% от площта на страната), включващи 27 общини, 597 населени места и население от 527 402 души (53,8% от общото население на програмния регион, 25,6% от населението на страната):

- Североизточен регион: 6 общини – Кратово, Крива Паланка, Ранковце, Куманово, Липково и Старо Нагоричане;
- Югоизточен регион: 10 общини – Валандово, Гевгелия, Богданци, Дойран, Радовиш, Конче, Струмица, Босилово, Василево и Ново Село;
- Източен регион: 11 общини – Берово, Пехчево, Винаца, Кочани, Чешиново-Облешево, Зърновци, Пробищип, Щип, Карбинци, Делчево и Македонска Каменица.

Прилагани методи за изследване и основни крайни резултати

При извършването на социологическото изследване са приложени следните методи с цел постигане на целите на изследването:

Идентифициране на основателите на мрежата FEMTERPRISE

Целта на настоящия етап е изследване, идентифициране и рекрутиране на основатели на мрежата FEMTERPRISE: 30 жени с предприемачески потенциал на възраст 18-29 години от граничния регион на България и Македония, като се дава предимство на безработните, на младите хора, които не учат, не работят и не се обучават (NEET), на самотните майки и др.; 10 ментори: успешни бизнесмени/социални предприемачи; 20 заинтересовани лица – потенциални инвеститори, политически стратегии, бизнес структури, представители на неправителствени организации и др. Идентификацията на основатели на мрежата FEMTERPRISE се осъществява на два етапа:

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония



Етап 1 – Идентифициране на 30 млади жени (разделени поравно между България и Македония) на възраст 18-29 години въз основа на професионално разработен въпросник за откриване на предприемачески потенциал. Въпросникът за откриване на предприемаческия потенциал на жени на възраст 18-29 г. отчита личните качества на потенциалните кандидати, за да предостави на младите жени висока мотивация за успех и по този начин да осигури устойчивостта на резултатите от проекта. Дава се предимство на безработните, на младите хора, които не учат, не работят и не се обучават (NEET), на самотните майки и др. Въпросникът беше широко разпространен в трансграничния регион на България и Македония, за да се даде по-голям шанс на всички местни млади жени да участват в изследването, след което тези с най-високи резултати бяха избрани и уведомени лично и ще участват по-нататък в изпълнението на проекта.

Етап 2 – Идентифициране на експерти – 10 ментори и 20 заинтересовани лица (разделени поравно между България и Македония), които да участват като основатели на мрежата FEMTERPRISE. Експертите са избрани главно според техния кариерен профил, желанието си да подкрепят местната общност при решаването на съществуващи социални/екологични проблеми и тяхната мотивация да подкрепят младите предприемачи в началото на кариерата им в социалните предприятия. Беше изготвен списък с потенциални местни експерти – успешни бизнесмени/социални предприемачи; потенциални инвеститори, политически стратегии, бизнес структури, представители на неправителствени организации и др., след което всички те бяха уведомени лично и бяха поканени да участват в проекта. След като вече бяха включени в проекта, те бяха изследвани допълнително чрез задълбочено социологическо интервю.

Крайни резултати:

- 30 млади жени с предприемачески потенциал на възраст 18-29 години от граничния регион на България и Македония бяха идентифицирани и успешно включени в проекта. Всички те взеха участие в социологическото изследване като отговориха на въпросите на социологическото интервю.
- 10 ментори: успешни бизнесмени/социални предприемачи и 20 заинтересовани лица – потенциални инвеститори, политически стратегии, бизнес структури, Представители на неправителствени организации и др., разделени поравно между България и Македония, бяха идентифицирани и успешно включени в първия етап на проекта – социологическото интервю.

Изследване на документи

Прилагането на този метод **доведе** до акумулирането на следните социологически данни:

- Бяха изготвени основни определения.



- Беше изготвен анализ на съответните статистически, демографски и вторични данни за социалното предприемачество и социалните иновации с фокус върху предприемачеството сред жените, които данни се отнасят до изследваните общини и данни на национално ниво за двете страни. Времевата рамка на изследваните документи беше 2011-2016 г.
- Идентифициране и анализ на съответните политически и стратегически документи на регионално, национално и европейско ниво за последните пет години – 2011-2016 г. Бяха идентифицирани и анализирани всички ключови политически и правни документи, свързани със социалното предприемачество, предприемачеството сред жените и социалните иновации, по отношение на които тези документи отговарят на нуждите на реалните проблеми, свързани със създаването на социално предприемачество, особено това, управлявано от жени.
- Идентифициране и анализ на регионални и национални уебсайтове, които са фокусирани върху изследваните социални феномени – социално предприемачество, предприемачество сред жените и социални иновации или които целят подкрепа на социалните/жените предприемачи при започването на собствената им дейност. Целта на анализа беше различна и следва да бъдат представени вече работещите подходи за комуникация и визуализация на информацията (която информация е свързана с намирането на решение на конкретни проблемни ситуации), както и информационни ресурси за млади, социални или жени предприемачи.

Документите, използвани за изследването, са избрани въз основа на следните критерии:

1. За идентифицирането на политическите, стратегическите и правните документи беше проведено подробно изследване на вече съществуващи документи от този тип. Анализът на документите беше направен в светлината на следните изследователски въпроси – как понятията за „социално предприемачество“, „предприемачество сред жените“ и „социални иновации“ биват разбирани на европейско, национално и регионално ниво; какви са мерките за тяхното укрепване и как се прилагат мерките; кои са отговорните институции/участници и какви функции и отговорности имат те; определения и др.
2. Документи за анализ на статистическа и вторична информация – подборът на документите изискваше събиране на статистическа информация от националните статистически годишници, актуална информация от националното преброяване, вторични данни от други социологически изследвания по същата тема, от доклади, анализи и всякаква друга съответна демографска, статистическа и социологическа информация.
3. Подбор на уебсайтове и друга онлайн информация относно проблемите на „социалното предприемачество“, „предприемачеството сред жените“ и „социалните иновации“ с национален или регионален обхват. Уебсайтовете бяха избрани чрез сърфиране в Интернет, използвайки търсачки и чрез различни налични линкове и справки. Подборът на уебсайтове се основаваше на търсенето на следните основни определения: „предприемачество“, „социално предприемачество“,

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония



„предприемачество сред жените” и „социални иновации”. При търсенето основните критерии бяха базирани на целите на уебсайта, неговата аудитория, автора или организацията, която го администрира, неговия фокус и формат, както и използваните от него комуникационни ресурси.

4. Времеви график: Документите, обхванати от изследването, обхващат периода 2011-2016 г.

5. Териториален обхват: европейски, национален и регионален/общински обхват.

Методи за качество

Основният метод за качество, използван в изследването, беше задълбочено социологическо интервю.

Крайни резултати:

- Проведени са 30 задълбочени интервюта с идентифицираните млади жени на възраст 18-29 години от трансграничния регион. Те дават ясна информация за проблемите, нуждите и предизвикателствата на целевата група по отношение на стартирането на собствен бизнес в региона и по-специално на управлявани от жени социални предприятия. Те също така посочват кои са най-често срещаните социални и екологични проблеми, които биха могли да бъдат решени чрез средствата на социалното предприемачество и подчертават местните специфични бизнес възможности за региона. Събраните данни позволяват на социологическия екип да типологизира основните проблеми, както и да очертае възможните решения. Специално внимание се обръща на необходимостта от получаване на подкрепа чрез нетуъркинг и управление на правната и регулаторна рамка на предприемачеството, дефицита на управленски знания и умения и оскъдната или отсъстваща подкрепа от страна на ментор.
- 30 задълбочени интервюта с експерти – 10 ментори и 20 заинтересовани лица (разделени поравно между България и Македония), избрани да участват като основатели на мрежата FEMTERPRISE. Целта на задълбочените социологически интервюта с експертите е да разкрият мнението на експертите относно основните проблеми, потребности и потенциал за създаване на социални/управлявани от жени предприятия в трансграничния регион. Друга цел е да се разкрият специфични за региона бизнес възможности и по-специално възможностите за започване на бизнес, управляван от жени. Интервютата с експертите разглеждат мнението на експертите за това каква подкрепа трябва да бъде осигурена на младите жени с предприемачески потенциал в региона, за да създадат успешен и устойчив собствен бизнес и по този начин да подобрят предприемаческия потенциал на региона.

Фокусът върху качествените социологически методи позволява на социологическия екип да събере по-подробна и точна информация за изследваните проблеми, които ще осигурят изготвянето на задълбочен анализ на съществуващите и потенциалните възможности за създаване на социални предприятия в трансграничния регион на България и Македония. Комбинацията от трите метода

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония



има двойна роля: първо, тя дава възможност за най-добър избор на основатели на мрежата FEMTERPRISE; второ, тя дава възможност за събиране на пълна информация както от документи, така и от респонденти. Друго предимство на комбинацията от методите е че позволява да се направи типология на установените проблеми, потребности и потенциал, а също така да посочи някои решения, които да бъдат приложени на практика. Всички интервюта бяха направени едновременно от изследователския екип от двете страни на българо-македонската граница.

Рекрутирането на участниците в задълбочените интервюта се базираше на следните критерии:

1. Рекрутиране на 30 жени с предприемачески потенциал на възраст 18-29 години от граничния регион на България и Македония

Основните критерии за идентифициране на младите жени са следните: 1) наличие на предприемачески потенциал, 2) възраст 18-29 години; 3) работа в трансграничния регион на България и Македония. Дава се предимство на безработните, на младите хора, които не учат, не работят и не се обучават (NEET), на самотните майки, на представители на малцинствата и др.

Идентифицирането на 30 млади жени се основава на резултатите от изготвения за целта „Въпросник за откриване на предприемаческия потенциал“, който гарантира прозрачен, справедлив и последователен подбор. Въпросникът беше широко разпространен, за да позволи на всички млади жени от региона да вземат участие в изследването. Младите жени са евентуално разделени поравно – 15 от трансграничния регион на България и 15 от трансграничния регион на Македония. След като бяха избрани, всички те бяха уведомени, интервюирани и включени в проекта.

2. Рекрутиране на 30 експерти от трансграничния регион

- 10 ментори-доброволци – успешни бизнесмени, предприемачи и/или социални предприемачи; трябва да се положат специални усилия за идентифициране на социалните предприятия, управлявани от жени от различни групи, включително различни социални класове, раса, етническа група, имиграционен статут, способности, сексуалност и пол.
- 20 заинтересовани лица – потенциални инвеститори, политически стратегии, бизнес структури, представители на неправителствени организации и др.;

Основните критерии за рекрутиране на експертите – ментори и заинтересовани лица, бяха техният професионален профил, опит и потенциал да предоставят качествена информация за съществуващите бизнес възможности за създаване на трансгранични социални предприятия. Рекрутирането на експерти е от решаващо значение, тъй като менторите и заинтересованите лица играят важна роля в процеса на промяна във възприемането на предприемачите чрез практическа и положителна комуникация относно техните постижения, тяхната стойност за обществото и възможностите за създаване на нов социален бизнес като своя кариера. За да се постигне това, тяхната видимост като ролеви модели трябва да бъде засилена, като се вземе предвид разнообразието на профилите на предприемачите и пътищата за постигане на успех. Освен това

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония



видимостта на успешните професионалисти показва на участниците в проекта, че имат шансове за успех в избраната от тях кариера. Поради тази причина е изготвен първичен списък с потенциални експерти, който се опитва да обхване водещите експерти от различните сектори (общините, неправителствените организации, бизнеса, бизнес инкубаторите, стартъпите и др.) на национално/регионално ниво и след като бяха уведомени, те бяха допълнително помолени да дадат препоръка за друг експерт с подобен профил. След като бяха избрани, те бяха интервюирани и включени по-нататък в проекта.

Работни хипотези

По-долу следват основните работни хипотези, които социологическото изследване има за цел да докаже:

- 1) Поради спецификата на трансграничния регион на България и Македония има специфични бизнес възможности за развитие на социални предприятия;
- 2) Поради спецификата на трансграничния регион на България и Македония съществуват специфични социални/екологични проблеми, които могат да бъдат успешно решени чрез развитието на социалните предприятия в региона;
- 3) Младите жени в трансграничния регион са в неравностойно положение в сравнение с мъжете/с хората от по-развитите региони в двете страни по отношение на достъпа до бизнес възможности за създаване на собствен бизнес;
- 4) Съществува необходимост от увеличаване на предприемаческия потенциал и създаване на възможности за работа на жените чрез развитие на управлявани от жени социални предприятия в трансграничния регион;
- 5) Креативността и предприемаческият потенциал на жените са недостатъчно експлоатиран източник на икономически растеж и работни места, които следва да бъде допълнително развит и популяризиран сред потенциалните инвеститори в трансграничния регион чрез развитието на социални предприятия;
- 6) Услугите за обществено подпомагане не са с необходимото качество и не отговарят на нуждите на стартиращите жени предприемачи;
- 7) Трудностите, с които се сблъскват българските и македонските жени предприемачи, често са свързани с липсата на достъп до финансиране и информация, включително инструменти за нетуъркинг и управление на правната и регулаторна рамка на предприемачеството, дефицита на управленски знания и умения и оскъдната или отсъстваща подкрепа от страна на ментор;
- 8) Младите жени и хората от групите в неравностойно положение от трансграничния регион имат потенциала да започнат свое собствено социално начинание, когато имат ефективна подкрепа под формата на холистичен подход, който интегрира основни елементи като обучение на ръководството, наставничество и нетуъркинг с партньори, инвеститори и клиенти, както и да бъдат запознати с програмите за подпомагане на бизнеса и възможностите за финансиране;



9) Необходимо е да се насърчи предприемаческата култура и социалното предприемачество в региона в противовес на широко разпространената култура, която не отдава заслуженото на успешните (жени) предприемачи като ролеви модели;

Основни определения

Анализът се отклонява от едно от най-популярните определения за „социално предприятие“ в съвременната наука, дадено от J. Gr. Dees¹, комбинирано с институционалното определение, дадено от Европейската комисия.

Dees анализира феномена „социално предприемачество“ във връзка с термина „предприемачество“, тъй като те идват от същия корен, но очертава основните различия, които дават „социалното“ значение на социалното предприемачество. Съгласно това значение има шест основни елемента, които означават предприемачеството като социално:

1) **Социалните предприемачи са агенти на промяната в социалния сектор.** Те са реформаторите и революционерите със социална мисия, тъй като правят фундаментални промени в начина, по който се правят нещата в социалния сектор. Това, което е типично за тях, е, че те атакуват основните причини за проблемите, а не просто лекуват симптомите; те често намаляват потребностите, а не просто ги посрещат; те се стремят да създадат системни промени и устойчиви подобрения; макар че те могат да действат локално, действията им имат потенциала да стимулират глобални подобрения в избраните от тях области, независимо дали това е образованието, здравеопазването, икономическото развитие, околната среда, изкуствата или всяка друга област на социалния сектор.

2) **Приемане на мисия за създаване и поддържане на социална стойност:** Това е ядрото на това, което отличава социалните предприемачи от предприемачите, дори от социално отговорните предприятия. За социалния предприемач социалната мисия е от основно значение. Това е мисия за социално усъвършенстване, което не може да бъде ограничено до създаване на частни ползи (финансова възвращаемост или ползи от потреблението) за отделни лица. Постигането на печалба, създаването на богатство или обслужването на желанията на клиентите може да са част от модела, но това са средства за постигане на социална цел, а не самата цел. Печалбата не е средството за създаване на стойност; нито пък удовлетвореността на клиентите; това средство е социалното въздействие. *Социалните предприемачи търсят дългосрочна социална възвращаемост на инвестициите.* Социалните предприемачи искат повече от постигане на бърз удар; те искат да създадат трайни подобрения. Те мислят за поддържането на въздействието.

3) **Откриване и непрестанно преследване на нови възможности:** Когато другите виждат проблеми, предприемачите виждат възможности. Социалните предприемачи не се задействат просто от възприемането на социална потребност или от състраданието си, а имат визия за това как да

¹ Dees, Gregory J., 2001. The Meaning of "Social Entrepreneurship"

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония



постигнат подобрене и са решени да осъществят своята визия. Те са постоянни. Моделите, които разработват, и подходите, които предприемат, могат да и често се променят, тъй като предприемачите научават какво работи и какво не работи. Ключовият елемент е постоянството, съчетано с готовността да се правят промени в движение.

4) Ангажиране в процес на непрекъснати иновации, адаптация и обучение: Предприемачите са иновативни. Те навлизат в нови територии, разработват нови модели и прокарват нови подходи. Но иновациите могат да приемат много форми. Не е необходимо изобретяването на нещо съвсем ново; то може просто да включва прилагане на съществуваща идея по нов начин или към нова ситуация. Не е необходимо предприемачите да бъдат изобретатели. Те просто трябва да бъдат креативни в прилагането на това, което другите са измислили. Техните иновации могат да се изразяват в това как структурират своите основни програми или в това как събират ресурсите и финансират работата си. От гледна точка на финансирането социалните предприемачи търсят иновативни начини да гарантират, че техните предприятия ще имат достъп до ресурси, стига те да създават социална стойност. Тази готовност за иновации е част от начина на действие на предприемачите. Това не е само еднократна поява на креативност. Това е непрекъснат процес на изследване, учене и усъвършенстване. Разбира се, с иновациите идва несигурността и рискът от провал. Предприемачите са склонни да имат висока толерантност към неопределеност и се научават как да управляват рисковете за себе си и за другите. Те третираят неуспеха на даден проект като натрупан опит, а не като лична трагедия.

5) Действат смело без да се ограничават от наличните ресурси: Социалните предприемачи не позволяват на собствените си ограничени ресурси да ги спрат да преследват своята визия. Те са умели в това да постигат повече с по-малко и да привличат ресурси от другите. Те използват ефективно оскъдни ресурси и използват ограничените си ресурси като привличат партньори и сътрудничат с другите. Те проучват всички възможности за привличане на ресурси, от чистата филантропия до търговските методи на бизнес сектора. Те не са обвързани със секторните норми или традиции. Те разработват стратегии за привличане на ресурси, които вероятно ще подкрепят и подсилват социалните им мисии. Те поемат премерени рискове и управляват спадите така, че да намалят щетите, които ще бъдат причинени от неуспеха. Те разбират праговете на риска на своите заинтересовани лица и ги използват, за да разпределят риска към тези, които са по-добре подготвени да го приемат.

6) Демонстриране на повишено чувство на отговорност пред обслужваните клиенти и за постигнатите крайни резултати: Тъй като пазарната дисциплина не премахва автоматично неефикасните или неефективни социални предприятия, социалните предприемачи предприемат стъпки, за да гарантират, че създават стойност. Това означава, че те търсят солидно разбиране на клиентите, на които служат. Те се уверяват, че правилно са оценили нуждите и ценностите на хората, на които възнамеряват да служат, и на общностите, в които оперират. В някои случаи това изисква тесни връзки с тези общности. Те разбират очакванията и ценностите на своите „инвеститори“, включително всеки, който инвестира пари, време и/или опит, за да им помогне. Те се стремят да

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония



осигурят реални социални подобрения на своите бенефициенти и техните общности, както и привлекателна (социална и/или финансова) възвръщаемост на своите инвеститори. Създаването на съответствие между ценностите на инвеститорите и нуждите на общността е важна част от предизвикателството. Когато е възможно, социалните предприемачи създават пазарни механизми за обратна връзка, за да укрепят тази отговорност. Те правят оценка на напредъка си от гледна точка на социалните, финансови и управленски крайни резултати, а не само от гледна точка на неговия размер, постигнати резултати или процеси. Те използват тази информация, за да правят корекции на курса според нуждите.

Социалният предприемач е човек, който преминава през следните етапи:

- 1) Първата стъпка е да се установи стабилно, но по своята същност несправедливо равновесие, което причинява изключването, маргинализацията или страданието на частта от човечеството, която няма финансови средства или политическо влияние, за да постигне сама каквато и да било трансформативна полза;
- 2) Следващата стъпка е да се открие възможност в това несправедливо равновесие, да се разработи предложение за социална стойност и да се приложи вдъхновение, креативност, директни действия, смелост и твърдост, като по този начин се предизвика хегемонията на стабилната държава;
- 3) Третият етап е изграждането на ново, стабилно равновесие, което освобождава заключен потенциал или облекчава страданието на целевата група и чрез имитация и създаване на стабилна екосистема около новото равновесие, осигурявайки по-добро бъдеще за целевата група и дори за обществото като цяло.

Предложеното теоретично определение се обновява с по-практически ориентираната **гледна точка на европейските институции** към социалното предприятие, което се определя като „оператор в сферата на социалната икономика, чиято основна цел е да имат социално въздействие, вместо да печелят за своите собственици или акционери. То работи чрез предоставяне на стоки и услуги на пазара по предприемачески и иновативен начин и използва своите печалби преди всичко за постигане на социални цели. То се управлява по открит и отговорен начин и по-специално включва служители, потребители и заинтересовани лица, засегнати от неговите търговски дейности”². Европейската комисия използва термина „**социално предприятие**” за следните видове бизнес:

- Тези, за които социалната или обществената цел за общо благо е причина за търговската дейност, често под формата на високо ниво на социални иновации.
- Тези, при които печалбата се реинвестира предимно с оглед постигането на тази социална цел.

² http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en



- Тези, при които методът на организация или собственост отразява мисията на предприятието, използвайки демократични принципи или принципи на участие или фокусирайки се върху социалната справедливост.

В **европейския контекст** няма само една правна форма за социалните предприятия. Много от тях оперират под формата на социални кооперации, някои са регистрирани като частни компании, ограничени с гаранция, някои са взаимни, а много от тях са организации с нестопанска цел като взаимоспомагателни общества, сдружения, доброволчески организации, благотворителни организации или фондации. Според данните на Европейската комисия може да се заключи, че социалните предприятия работят главно в четири области: 1) Интеграция на работното място – обучение и интеграция на хора с увреждания и безработни. 2) Лични социални услуги – здраве, благополучие и медицинска помощ, професионално обучение, образование, здравни услуги, услуги за гледане на деца, услуги за гледане на възрастни хора или помощ за хора в неравностойно положение. 3) Местно развитие на райони в неравностойно положение – социални предприятия в отдалечени селски райони, схеми за развитие/рехабилитация на квартали в градските райони, помощ за развитие и сътрудничество за развитие с трети страни. 4) Други – включително рециклиране, опазване на околната среда, спорт, изкуство, култура или опазване на историята, наука, научни изследвания и иновации, защита на потребителите и любителски спорт.

Важно е да се отбележи, че понастоящем в **България** правното определение за социално предприятие намалява допустимия обхват на дейност на социалните предприятия, които са предимно свързани дейности, съдържащи се в законовите определения за „обществена полза“, които дейности се извършват от де факто социални предприятия. Определението е въведено от **Националната концепция за социална икономика**, която представя основните критерии, които могат да бъдат използвани за идентифициране на „предприятие в сферата на социалната икономика“ / „социално предприятие“. Критериите, изготвени от българското правителство за идентифициране на социалните предприятия, не определят изрично предимството на социалната цел пред другите цели. Докато автономията и независимостта от държавните органи е изискване, критерият не стига дотам да предвижда организационна автономия от предприятията със стопанска цел³. Така в българския контекст социалните предприятия са представени главно от тези, регистрирани в Министерството на труда и социалната политика със следния правен статут: 1) Специализирани предприятия и кооперации за хора с увреждания; 2) Предприятия, учредени от юридически лица с нестопанска цел; 3) Кооперации на работниците и производителите.

Съгласно правното определение в Македония, изразено в Закона за социалното предприемачество, „социално предприемачество“ е „организирана дейност с цел създаване на възможности, форми, организации и мерки, които водят до устойчиви социални ценности и полезност, наемане на хора в производството и продажбата на продукти или услуги, където печалбата не е единствената или основна цел на дейността, т.е. печалбите се използват за наемане на определени социално

³ Национална концепция за социална икономика, 2012 г.



изключени или уязвими социални групи и за справяне с потребностите и тревогите на общността”. Според това определение неговата основна цел е да укрепи социалната солидарност и сближаването, да насърчи хората да участват в дейности от обществен интерес и доброволчески труд, да укрепи иновационните способности на предприятията да се справят със социални, икономически, екологични и други проблеми, да предоставя допълнителна продуктова гама и услуги от обществен интерес, да проучва нови възможности за заетост и социални иновации, да осигурява допълнителни работни места и социална интеграция и реинтеграция на уязвимите групи в пазара на труда. **Социалното предприятие** е признато за юридическо лице, работещо в сферата на социалната икономика, чиято основна цел е да постигне социално въздействие, вместо да реализира печалба за своите основатели, собственици или акционери. То работи чрез предоставяне на стоки и услуги на пазара по иновативен и предприемачески начин и използва своите печалби преди всичко за постигане на социални цели. То се управлява по открит и отговорен начин и по-специално включва служители, потребители и заинтересовани лица, засегнати от неговите търговски дейности⁴.

⁴ Предложение за Закон за социалното предприемачество, 2015 г., Скопие (Предлог Закон за социјално претприемништво, 2015, Skopje)



АНАЛИЗ НА СВЪРЗАНИТЕ СТАТИСТИЧЕСКИ, ДЕМОГРАФСКИ И ВТОРИЧНИ ДАННИ ЗА СОЦИАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО И СОЦИАЛНИТЕ ИНОВАЦИИ С ФОКУС ВЪРХУ ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО СРЕД ЖЕНИТЕ

Изследването на документи трябва да се състои от анализ на съответните демографски, вторични, статистически, информационни, политически и стратегически документи, свързани с предприемачеството сред жените, социалното предприемачество, социалните иновации и потенциалните възможности за създаване на успешни социални предприятия в трансграничния регион за периода 2011-2016 г.

Анализът на цялата демографска, статистическа и вторична информация е необходим, за да се извлече общият демографски и социално-икономически профил на различните региони от трансграничния регион България - Македония.

От българска страна граничният регион включва 2 **области** по NUTS 3 – **Благоевград и Кюстендил** (52,5% от територията на програмата за трансгранично сътрудничество), включващи 23 общини, 462 населени места и население от 452 973 души (46,2% от общото население на програмния регион, 6,2% от населението на страната).

От македонска страна граничният регион включва 3 **региона** по NUTS 3 – **Североизточен, Източен и Югоизточен** (47,5% от територията на програмата за трансгранично сътрудничество, 33,4% от площта на страната), включващи 27 общини, 597 населени места и население от 527 402 души (53,8% от общото население на програмния регион, 25,6% от населението на страната).

Общ демографски и социално-икономически профил на област Благоевград

Област Благоевград заема югозападната част на България и е с обща площ от 6 449 км², което представлява 5,8% от територията на страната. Южната му граница е Гърция, на запад граничи с Република Македония, на изток с областите Пазарджик и Смолян, а на север с област Кюстендил. Административно областта е разделена на 14 общини и 280 населени места. 14-те общини са както следва: Банско, Белица, Благоевград, Гоце Делчев, Гърмен, Кресна, Петрич, Разлог, Сандански, Сатовча, Симитли, Струмяни, Хаджидимово, Якоруда. Град Благоевград е административен център на областта и основен фактор, отговарящ за социално-икономическото му развитие, следван от общините Банско, Сандански, Петрич и Гоце Делчев.



Според преброяването на населението през 2011 г.⁵ **общото население** на областта е 323 552 души, което е почти 4,4% от българското население. Интересно е да се отбележи, че населението е неравномерно разпределено, като 40% от всички (80 729 души) живеят в административния център – град Благоевград. Женското население в областта е 51% (164 946), като 2/3 от тях живеят в градове, а 1/3 живеят в села. Младите жени на възраст 15-29 г. съставляват 10,10% от население на област Благоевград и отново 2/3 от тях живеят в градове. Представители на три етнически групи – българи (88,5%), турци (6,8%) и роми (1,10%), които сами определят своя етнически статут, живеят в областта. По-големите турски общности са в общините Гоце Делчев и Якоруда, а по-големите ромски общности са в градовете Благоевград, Петрич и Гърмен.

Тъй като **образованието** е важно за бъдещата професионална реализация на младите хора и особено за предприемаческата ориентация на младите хора, интересно е да се отбележи, че по-голямата част от населението е образована, като 27% са завършили основно образование, 43,7% са завършили средно образование, а 14% - висше образование. През 2015 г. нетното съотношение на записване в първата степен на средното образование (V-VIII клас) достига 84,0%, което е третата най-висока стойност след областите Враца и Разград. Относителният дял както на отпадналите от средно образование (0,7%), така и на отпадналите от основно и средно образование (1,5%), остава под средния за страната съответно с 1,0 и 2,8%. Тези данни показват, че образователната система в област Благоевград успява да покрие и задържи голяма част от лицата, подлежащи на образование. Между 2012 г. и 2015 г. средната оценка на местните матури по предмета „Български език и литература“ е по-висока от средната за страната. Очевидно е, че въпреки факта, че в Благоевград се намират два университета – Югозападният университет и Американският университет в България, процентът на хората с висше образование е по-нисък от средния за страната. Това показва, че след получаване на университетска диплома студентите мигрират извън областта, което поставя някои пречки за икономическото му развитие. Също така, процентът на необразованото население в областта – тези, които никога не са посещавали училище, са отпаднали от училище или са завършили основно училище, е по-висок от средния за страната (0,99% спрямо 0,61%). Съществува и относително висока степен на използване на Интернет, тъй като повече от 50% от населението на възраст 16-74 г. ползва Интернет поне веднъж дневно.⁶

Що се отнася до **доходите** на населението, област Благоевград изглежда постига добри резултати по отношение на условията на живот и социалното приобщаване⁷. Относителният дял на населението под националната граница на бедността за 2015 г. е 18,2% при средно 21,8% за страната. Делът на материално затруднените лица е 22,1% при средно 33,1% за страната. През 2015 г. средният годишен доход на член на домакинство достига 4 502 лв., което е 90,9% от средния за страната. Поради относително високата заетост и благоприятната демографска среда, почти 60% от общия доход на домакинството се формира от заплата при средно 57% за страната. Размерът на

⁵ <http://www.nsi.bg/census2011/pagebg2.php?p2=175&sp2=190>

⁶ <http://www.nsi.bg/bg/content/11405/>

⁷ <http://www.nsi.bg/bg/content/8252/>



средната годишна брутна заплата обаче се увеличава по-бавно от средния за страната, достигайки 6 818 лв. през 2014 г. спрямо 9 860 лв. на национално ниво. Отчитайки проблема от гледна точка на жените, границата на бедността за 2015 г. показва, че жените от област Благоевград са изложени на по-висока бедност от мъжете (23,8% спрямо 20%). Въпреки че жените се справят по-добре с рисковете от бедност и социалното приобщаване, към 2015 г. делът на материално затруднените жени, изложени на риск от бедност и ниска икономическа активност, е 32,4% спрямо 33,9% при мъжете.

Нивото на заетост в областта се увеличава след спада през периода 2013-2014 г., достигайки 63,4% през 2015 г. при средно 62,9% за страната. През същата година нивото на безработица спадна до 10,3%, в сравнение с 14,1% през 2014 г. С оглед на относително малкия ръст на заетостта, част от бившите безработни се присъединиха към икономически неактивните. Жените от областта на възраст над 15 години изглеждат икономически по-активни от средното за страната, което се проявява в процента на икономическа активност (53,3% за жените в област Благоевград спрямо 48,6% средно за България), в нивото на заетост на жените (49,5% спрямо 44,5%), както и в най-ниската спрямо средната безработица в страната (7,2% спрямо 8,4% за страната)⁸.

Предприемаческият климат в областта се измерва с дела на чуждестранните инвестиции в областта и с усилията на местната администрация да създаде благоприятни условия за бизнеса. Област Благоевград е една от малкото области в страната, в които размерът на **преките чуждестранни инвестиции** не намалява в годините на кризата. До края на 2014 г. техният обем възлиза на 384 млн. евро, което възлиза на 1 224 евро на глава от населението, при средно 3 006 евро на глава от населението за страната. През 2014 г. разходите на предприятията за придобиване на дълготрайни материални активи се увеличават за втора поредна година, достигайки общо 1 563 лв. на глава от населението, при средно 2 786 лв. на глава от населението за страната. Общините в област Благоевград постигат относително ниско ниво на **усвояване по Оперативните програми на ЕС**. Към 31 май 2016 г. те са усвоили общо 185,5 млн. лв. или 590,5 лв. на глава от населението на година, при средно 688,8 лв. на глава от населението. Най-много средства са изразходвани за община Банско (44,6 млн. лв. или 3 487 лв. на глава от населението), а най-малко за община Хаджидимово (812 000 лв. или 85 лв. на глава от населението). Повечето **местни данъци и такси** в област Благоевград са по-ниски от средните за страната, като през последните години остават непроменени. Средната данъчна ставка върху недвижимите имоти на юридическите лица (1,35%) е втората по-ниска в страната след област Русе (1,34%). Единствено размерът на данъка за битови отпадъци за нежилищни имоти на юридически лица е малко по-висок от средния за страната.

По отношение на усилията на **местната администрация** да създаде благоприятни бизнес условия, през 2015 г. кадастралната карта обхваща 13,8% от територията на областта, при средно покритие от 19,8% за страната. Най-голям е обхватът в общините Белица (97%) и Банско (61%), докато Сатовча, Симитли, Струмяни, Хаджидимово, Якоруда все още нямат кадастрално покритие. Електронните

⁸ http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/publications/ZB_2015.pdf



услуги в областта са по-слабо развити от средното за страната, но 6 от 14-те общини декларираят отлично развитие на услугите „на едно гише“.

Фондация „Програма Достъп до Информация“ оценява **прозрачността на органите на местното самоуправление** на 46,7%, която за трета поредна година остава по-ниска от средната за страната (54,2%)⁹. Областта получава по-ниска от средната за страната оценка по Индекса на Местната система за почтеност на Асоциация „Прозрачност без граници“.

Област Благоевград има добри природни и климатични условия, благоприятни за развитието на селското стопанство, което е основен източник на доходи за населението в селата и много общини в областта. Общата използвана земеделска земя в област Благоевград е 583 588,5 дка и заема 9% от територията на областта. Отглеждането на тютюн, картофи, домати, праскови и грозде е най-развито в областта. Област Благоевград е на първо място в България по брой ферми – 38 467. В структурата на използваемата земя с най-голям относителен дял са постоянно затревените площи, които се определят от преобладаващия планински релеф в областта. Обработваемата земя е 155 091 дка или 27% от използваната земеделска земя¹⁰.

Областта е богата и на природни дадености, включително 10 планини със заснежени върхове, кристални езера, равни ливади, живописни долини и долините на реките Струма и Места с мрежа от десетки притоци, като в южната му част се намират безброй топли и студени минерални извори. Живописната природа е предпоставка за положително **развитие на туризма** в областта. Не по-малко важни са благоприятните климатични условия за целогодишен отдих и туризъм, граничното местоположение, богатото културно-историческо наследство и националните и международни мероприятия, организирани от общини и висши учебни заведения. На територията на областта има много туристически обекти, които осигуряват устойчив и голям поток от туристи през цялата година.

Основните отрасли в икономиката и предприятията в областта са следните: хранително-вкусова промишленост; винопроизводство; тютюнева промишленост и производство на тютюневи изделия; текстилна промишленост; дървообработване; туризъм. Водещите икономически участници, определящи основния аспект на развитието в тази сфера, са: „Благоевград БТ“ – производство на цигарени изделия; „Агрия-Водолей“ – производство на газирани напитки; „Пирин Пиво“, основана през 1967 г., понастоящем част от концерна „Карлсберг“; „Валентина“ – производство на дрехи; ЗИИУ „Стандарт“ – производство на измервателни уреди; „Вихрен“ – производство на обувки; „Мебелфаб“ – производство на мебели; „Струмакс“ – производство на трикотажни изделия; „Илинденци Мрамор“ – извличане на мрамор и др.

За да се даде представа за някои бизнес възможности, които биха могли да бъдат обхванати от средствата за създаване на социални предприятия в областта, тук са представени някои **социални проблеми**, показани в статистическите данни от последните години. Според данните, представени

⁹ <http://www.aip-bg.org/surveys/>

¹⁰ <http://www.bl.government.bg/bg/2009-08-11-19-55-23>



от Института за пазарна икономика в годишните профили на областта, измерващи икономическото и социалното развитие на българските области, област Благоевград разполага със сравнително добри икономически условия по отношение на икономическите показатели, но все още има много за вършене във връзка със социалното развитие¹¹. По-специално основните проблеми се наблюдават при осигуряването на медицинско обслужване, което се смята за едно от най-лошите в Югоизточния регион поради липсата на достатъчно леглова база, както и намаляващия брой на практикуващите лекари и специалисти през последните няколко години. Друг проблем се наблюдава в по-ниската интензивност на културния живот в областта, както и относително по-ниския интерес на местното население да се занимава с културни дейности като посещение на кино, театър или музей.

Едва през последните години Министерството на труда и социалната политика започна да събира данни за **социалните предприятия** в България, които за област Благоевград изглеждат така¹²: има 117 нефинансови предприятия, които са се самоопределили като социални предприятия, и 80, които са се самоопределили като социални предприятия с печалба. Всички те са реализирали оборот от 107 474 лв. и са регистрирали 3 516 наети лица и 3 480 служители. Данните не предоставят повече информация за икономическата им дейност, източника на финансиране и мисията, която изпълняват.

Областта е разработила редица стратегически документи, насочени към подобряване на социално-икономическите условия на групите в неравностойно положение. Те са следните: Регионална стратегия за младите 2010-2020 г. и План за действие за нейното постигане; Регионална стратегия за развитие на социалните услуги 2016-2020 г.; Регионална стратегия за интегриране на ромите 2012-2020 г. и Стратегия за регионално развитие 2014-2020 г.¹³

Общ демографски и социално-икономически профил на област Кюстендил

Област Кюстендил се намира в Югозападна България. Нейни съседи на север, североизток и изток са областите София и Перник. На юг граничи с област Благоевград. Западната граница на областта съвпада с държавната граница на Република България с Република Македония и Република Сърбия. Областта се състои от 9 общини – Бобов дол, Бобошево, Дупница, Кочериново, Кюстендил, Невестино, Рила, Сапарева баня и Трекляно – със 182 населени места в 140 общини с обща площ 3 051,5 км² (2,7% от територията на страната) и население от 87 083 души (1,8% от населението на страната).

Според данни от 2016 г. **населението** на област Кюстендил е 126 014 души или 1,9% от цялото население на България. В сравнение със средната стойност за страната площта ѝ е относително малка, а населението в различните общини е неравномерно разпределено. Населението в областта

¹¹ http://www.regionalprofiles.bg/bg/summary_2016/

¹² <http://seconomy.mlsp.government.bg/db/en/ansi-report-nf-districts>

¹³ <http://www.bl.government.bg/bg/2009-08-11-21-41-33>



е съсредоточено основно в двете най-големи общини – община Кюстендил (55 706 души или 44% от населението на областта) и Дупница (41 551 души или 33% от населението на областта). От 2011 г. населението на възраст на и над 65 години е над 2 пъти населението на възраст до 14 години. Естественят прираст е отрицателен и продължава да се влошава (-12,2 % през 2015 г.), а за последното десетилетие той е почти два пъти по-неблагоприятен от средния за страната. Тъй като механичният прираст през 2013 г. достигна -7,6 %, през 2014 г. и 2015 г. се наблюдава известно намаление на емиграцията на населението. Младите жени на възраст 15-29 г. представляват 10,5% от женското население на областта, а по-голямата част от младите жени живеят в градове (7,9%) вместо в села (2,6%).

Според преброяването през 2011 г. 92,9% от населението е от българския етнос, 6,4% от ромския етнос и по-малко от 1% от турския етнос. Повечето хора от ромски произход живеят по-големите градове Дупница и Кюстендил¹⁴.

По отношение на **образованието** през 2011 г. почти половината от населението (47,8%) е завършило средно образование, като броят на хората с висше образование е доста нисък в сравнение със страната – 14,7%, което е почти същото като броя на тези, които са неграмотни поради отпадане от училище или поради никакво посещаване на училище (13%). Въпреки че показателите за покриване и задържане на учениците остават на по-благоприятно равнище от средното за страната, качеството на средното образование е относително ниско, предвид резултатите от зрелостните изпити. През 2016 г. средният успех на учениците от математически паралелки по предмета „Български език и литература“ е бил 3,97, като средната стойност за страната е била 4,17. През 2016 г. делът на лицата, неприети за студенти, е бил 3 пъти по-висок от този през 2014 г. и е достигнал 12,5% при средно 8,7% за страната. Област Кюстендил е една от петте области в страната, в която няма висши учебни заведения или клонове на такива. В същото време тя се намира между два от водещите университетски центрове в страната – столицата и Благоевград.

Що се отнася до **доходите и условията на живот**, статистическите данни показват, че те се подобряват през последните пет години¹⁵. БВП на глава от населението в областта остава значително по-нисък от средния за страната през 2014 г. – 6 656 лв., при средно 11 574 лв. за страната. Макар и да нараства през последните пет години, средната годишна брутна заплата в областта достига 7 091 лв., но остава петата най-ниска в страната и далеч от средната за страната – 9 860 лв. Ниските заплати и неблагоприятната демографска ситуация оказват влияние върху структурата на доходите на домакинствата в областта. Близко 38% от тях се формират от пенсии при средно 27% за страната, докато делът на заплатите е 53% при средно 57% за страната. Делът на материално затруднените лица (28.6%) и тези с доходи под националния праг на бедност е по-нисък от средния за страната. По отношение на прага на бедност разпределението на хората, изправени пред риск от бедност по пол, показва, че жените са в по-неблагоприятни условия спрямо мъжете

¹⁴ <http://www.nsi.bg>

¹⁵ <http://www.nsi.bg/bg/content/797/>



(14% от жените срещу 7,8% от мъжете). Същите условия се отнасят и за статистиката на материално затруднените жени през 2015 г. (26% от жените срещу 17,5% от мъжете). Въпреки че процентът на жените, изложени на риск от бедност и социално изключване, е по-висок от този на мъжете в областта (29% спрямо 21,7%), той все пак е по-нисък от средния за страната (43%) и се е подобрил през последните пет години (54,5% през 2011 г.).

През 2015 г. **пазарът на труда** в област Кюстендил отбелязва първото си значително подобрене след кризата. През 2015 г. икономическата активност е равна на средната за страната – 69,2%, а заетостта достига 60,2% в сравнение с 57,4% през предходната година. Това е и най-високата стойност на показателя от 2011 г. По този начин областта е близо до средния показател за страната (62,9%). След четиригодишен период, в който процентът на безработицата варира между 14 и 15%, през 2015 г. се отбелязва първият значителен спад – до 13,1%. Въпреки подобреното показателят остава по-висок от средния за страната – 9,1%. Данните за жените при разделението на пазара на труда показват отново, че жените от областта са в по-неприятно положение от жените в страната по отношение на процента на активност (46,3% спрямо 48,6% средно за страната), процента на заетост (40,7% спрямо 44,5%) и процента на безработица (12% спрямо 8,4% средно за страната). Подобна е ситуацията и при сравнението между половете по същите показатели за областта, което още веднъж доказва, че жените от областта се нуждаят от социална подкрепа повече от мъжете¹⁶.

Предприемаческият климат в област Кюстендил се характеризира с почти двойно увеличение на преките чуждестранни инвестиции в нефинансови предприятия на кумулативна база от 25 891,6 хил. евро през 2012 г. до 42 042,5 хил. евро през 2015 г. Трябва да се отбележи, че област Кюстендил е една от малкото области, които привличат нови чуждестранни инвестиции всяка година от 2010 г. досега. Разходите за придобиване на дълготрайни материални активи постепенно нарастват, достигайки 1 076 лв. на човек през 2014 г. Въпреки това нивата остават далеч под националната средна стойност от 2 786 лв. на човек. Област Кюстендил е областта с най-ниско усвояване на средства от общините като бенефициенти на Оперативни програми. Пропорционално на броя на населението, усвоените средства към 31 май 2016 г. възлизат на 367 лв. на човек при средно 689 лв. на човек за страната. Община Дупница е единствената, която надвишава средните за страната нива на усвояване, а най-малката сума (13,4 лв. на човек) се усвоява от община Невестино. Според ефективността на публичната администрация, самооценката на общините за развитието на електронни услуги и обслужване „на едно гише“ е относително висока. Кадастралната карта обхваща 18,9% от територията на областта, което е малко по-ниско от средната за страната – 19,8%. Над 80% от обхванатите площи обаче се намират само в три общини – Дупница, Рила и Сапарева баня. Общините Бобошево, Кочериново, Невестино и Трекляно все още нямат кадастрално покритие. Ниското ниво на местните данъци и такси е характерно за общините в област Кюстендил. От 2014 г. таксата за нежилищни имоти на юридически лица в община Кюстендил възлиза на 1,4 %, при условие че фирмите са декларирали необходимия брой контейнери за отпадъци.

¹⁶ http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/publications/ZB_2015.pdf

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония



Областта е известна като овощната градина на България¹⁷. Въпреки наличието на Институт по земеделие, съществуват благоприятни природни и климатични условия за развитие на селското стопанство в областта. През последните пет години делът на промишлеността остава в границите между 31-36%, а **селското стопанство** – 10-11%. От общо 1 347 852 акра земеделски земи в областта култивираните земи представляват само 55%. Основните култивирани зърнени култури през последните шест години са: зърно, овес и други култури, но с много по-малки размери. Производството на зеленчуци в низините е свързано с отглеждането на домати, боб и картофи, но като цяло не е пазарно ориентирано. След спада в отглеждането на плодове в резултат на поземлената реформа, през последните пет години се наблюдава тенденция за засаждане на нови насаждения от ябълки, череши и малки лозя. Животновъдството има слаба позиция и представено по сектори е както следва: овце, свине, птици и едър рогат добитък. Основните данни за животновъдството за миналия период представят песимистична картина. С изключение на едрия рогат добитък, другите сектори са в застой или спад. Отглеждането на едър рогат добитък е повлияно от допълнителни плащания, но новите европейски правила ще доведат до намаляване на животните. Привеждането на земеделските стопанства спрямо европейските правила изисква много ресурси, които ще бъдат предоставят повече възможности за всички земеделски стопани. Добрите природни и климатични условия са на разположение за развитието на планинското и екологичното земеделие.

Структурата на **промишлеността** в област Кюстендил се състои от четиринадесет основни сектора, от които водещи и доминиращи са: електроенергия и газ; химико-фармацевтична промишленост; текстилна промишленост, облекло и производство на ишлеми; минна и каменодобивна промишленост и производство на строителни материали; хранително-вкусова промишленост; производство на електрическо и оптично оборудване; основни метали и произведени метални изделия, с изключение на машини; производство на кожи и кожени изделия; строителство; търговия и услуги.

Територията на област Кюстендил, с нейното географско разположение, природните ресурси, специфичното културно наследство и развитието на европейските транспортни коридори Е-4 и Е-8, е много подходяща за туризъм. Тя има великолепната комбинация от благоприятен климат, минерални води, чиста и богата на природни забележителности среда и уникална културна характеристика на Кюстендил и областта като „златна мина“ за развитие на комплексен туризъм: СПА, културен, планински, ловен, зимен, селски и друг вид **туризъм**.

Според **индекса на икономическото развитие** на областите, даден от Института за пазарна икономика¹⁸, областта се характеризира със средно ниво на икономическо развитие и ниско ниво на социално развитие. Това, което се нуждае от по-нататъшно развитие по отношение на икономиката, е привличането на повече инвестиции, както и подобряването на работата на

¹⁷ <http://www.kn.government.bg/>

¹⁸ <http://ime.bg/bg/articles/regionalni-profil-pokazateli-za-razvitiie-2016/>



местната администрация и увеличаването на доверието на населението в нея. В социално отношение трябва да се постигнат сигурност и правосъдие, тъй като област Кюстендил получава една от най-ниските оценки в сферата на сигурността и правосъдието. От 2010 г. съотношението между регистрираните престъпления срещу личността и имуществото и броя на местното население е по-неблагоприятно от средното за страната. През 2015 г. са разкрити 34,4% от регистрираните престъпления, която стойност, макар и по-добра тази от година по-рано (само 29,8%), остава под средната за страната (39,2%). Има някои екологични проблеми, особено с по-високите емисии на въглероден двуокис, които са почти двойно по-високи от средните за страната – 668,9 т/кв.км, а средната стойност за страната е 314,5 т/кв.км. Също така има нужда от допълнително развитие на културния живот и увеличаване на интереса на местното население да се ангажира повече с различни видове дейности.

Областта е разработила Стратегия за развитие на социалните услуги 2016-2020 г., а интеграцията на ромската общност е предложена от Стратегията за интеграция на ромите в област Кюстендил 2012-2020 г.¹⁹

Само 11 предприятия са се самоопределили като „социални предприятия“ в област Кюстендил през 2012 г. (според данните на Министерството на труда и социалната политика²⁰), които са имали 16 наети лица и 14 служители и са получили общи приходи от 70 000 лв. от стопанска дейност, както и приходи от 331 000 лв. от нестопанска дейност. През 2013 г. в областта са регистрирани само още 2 социални предприятия, като общият им брой е нараснал до общо 13, както и още 2 с печалба от стопанска дейност. Тъй като данните са събрани в рамките на 13-месечен проект, наличните данни са малко ограничени и непълни. Няма официална статистика на социалните предприятия в България.

Общ демографски и социално-икономически профил на Източния регион в Македония

Местоположението на Източния регион обхваща басейна на река Брегалница, който представлява 14% от територията на Република Македония с площ от 3 537 км². Регионът е разделен на 11 общини (Виница и Делчево, Зърновци, Карбинци, Кочани, Македонска Каменица, Пробищип, Чешиново-Щип), 217 села, от които 209 са селища от селски тип. На изток регионът граничи с Република България, а комуникацията със съседната страна се осъществява чрез граничния пункт Делчево в община Делчево. Регионът граничи със Североизточния регион, Вардарския регион и Югоизточния регион.

Общият брой на **жителите** в региона е 181 858 души. Гъстотата на населението е 51 жители / км². Поради постоянния процес на урбанизация броят на изоставените села, селата със 100 жители и селата с много висок индекс на застаряване се увеличава през последните няколко години, което води до концентрация на около 66% от населението в градските райони. Тази ситуация сочи

¹⁹ <http://www.kn.government.bg>

²⁰ <http://seconomy.mlsp.government.bg/db/bg/nsi-report-nto-districts>



необходимостта от съживяване и подобряване на качеството на живот в селските райони, за да се гарантира намаляването на различията в рамките на регионите²¹. Следвайки тенденцията на обезлюдяване, характерна за Македония, през последните 5 години се регистрира обезлюдяване и намаляване на населението в региона, което се отнася и за дела на населението на Източния регион в общото население на Република Македония. Участието на Източния регион в общия брой на населението в Македония е спаднало от 8,76% през 2009 г. на 8,62% през 2013 г. Общият брой млади жени на възраст 15-29 години, които живеят в региона, е 12 622, което е около 7 % от общото население, 2/3 от което живее в градовете²².

По отношение на **образованието**, в следствие на отрицателните демографски тенденции в региона, има тенденция за намаляване на броя на учениците, които посещават средни училища (от 7 654 през 2012 г. до 6 435 през 2015 г.), както и студенти, завършили висше образование (от 821 през 2012 г. до 701 през 2015 г.). Интересно е, че през 2015 г. две трети от жителите с висше образование са жени²³. Македонската статистика не предоставя информация за дела на населението с основно образование и тези, които никога не са посещавали училище.

Източният регион е сравнително добре развит **икономически** по отношение на други региони, с изключение на Скопския регион. Участието му в брутния вътрешен продукт на Република Македония е 8,1% за 2011 г. и се е увеличило от 7,5% през 2009 г. Изчислен на глава от населението, през 2012 г. Източният регион има БВП 204 748 денара, което е много повече от изчисленият през 2009 г., когато е бил 170 846 денара. Въпреки че има значително увеличение, той все още е под средния за Македония, който през 2012 г. е 222 519 денара. Целият предходен период се характеризира с ускорен тренд на икономическата активност в региона и постепенно доближаване на брутния вътрешен продукт на региона до средния за Македония, което е благоприятен резултат и е показателно за съживяването и модернизацията на икономиката. Като цяло Източният регион се развива сравнително бързо, което е надлежно отразено в степента на неговото развитие. Понастоящем, според индексите за развитие на Македония, Източният регион има индекс на развитие от 0,67, социално-икономически индекс от 0,95 и демографски индекс от 0,50²⁴, като по този начин е конкурентен на по-развитите региони.

По отношение на неговия **икономически профил** брутната добавена стойност в Източния регион през 2012 г. възлиза на 7,98% от брутната стойност на страната (31 560 млн. денара от общо 395 335 млн. денара²⁵. Що се отнася до структурата на брутната добавена стойност на различните отрасли, делът на селското стопанство (11,61%) е на средното ниво за страната (10,30%), а участието на промишлеността е почти два пъти по-високо (30,66%) от средното за страната (17,76). Търговските

²¹ Програма за развитие на Източния регион 2015-2019 г. (Програма за развој на Источен плански регион за 2015 – 2019)

²² Държавна статистическа служба на Република Македония „Региони в Република Македония 2015 г.”

²³ <http://makstat.stat.gov.mk>

²⁴ Решение за класифициране на регионите според нивото им на развитие за периода 2008-2012 г., Официален вестник, бр.162/2008 г.

²⁵ Държавна статистическа служба на Република Македония „Региони в Република Македония 2015 г.”



отрасли са слабо развити спрямо средното ниво за страната (21,57% средно за страната спрямо 13,62% за региона). През 2013 г. в региона са регистрирани 5 796 активни стопански субекта, като няма значителна промяна от 2009 г., когато те са били 5 788. Като се има предвид размерът на предприятията, оказва се, че повечето от тях (84%) са на практика микропредприятия с нисък брой наети лица, учредени главно с цел да осигурят икономически поминък на основателя и малкото наети лица, но не са насочени към създаване на по-големи бизнес начинания. В целия регион има само 175 средни предприятия и 18 големи предприятия. Следователно отношението на малките спрямо общия брой предприятия е 97% към 3%. Най-важните сектори на икономическата активност са селското стопанство и промишлеността (храна, месо, метали, текстил и обувки).

Обемът на **инвестициите** в дълготрайни активи в региона е по-малък от относителния размер на региона, което го прави неконкурентен на останалите региони. Очевидно е, че обемът на инвестициите в дълготрайни активи е спаднал почти два пъти през 2012 г. (5,23%) в сравнение с 2010 г. (9,57%). Освен факта, че структурата на инвестициите е неблагоприятна за региона, структурното разпределение на инвестициите също така поставя някои отрасли в привилегирано положение, като строителството (39,92% инвестиции), а други отрасли като търговията в неблагоприятна позиция (7,8% инвестиции)²⁶.

По отношение на **пазара на труда** равнищата на заетост и безработица са по-благоприятни от средните за страната, но регионът все още не успява да се конкурира с развиващите се региони. Причината за тази тенденция е фактът, че икономическата активност в Източния регион добавя по-малко нова стойност и е по-малко трудоемка от най-развятия регион – Скопския. Икономически активното население в региона е 150 184 души. Нивото на активност е по-високо от средното за страната (61,0% спрямо 57,2%)²⁷, както и заетостта за региона, която през 2015 г. е 49,1% (средно 40,6% за страната), а нивото на безработицата е 19,5% (средно 29% за страната). Производителността на труда, измерена като БВП на служител на час работа (2 184 часа годишно), показва, че регионът има около 314 денара брутен вътрешен продукт на час работа. Като се има предвид нивото на активност, то се е повишило от 58,2% през 2011 г. на 62,5% в края на 2015 г. Заетостта също така отбелязва силно положително развитие през 2015 г., достигайки своя връх за последното десетилетие от 51,6% (спрямо 48,7% през 2011 г.). Макар че нивото на заетостта се повишава, нивата на безработицата също се увеличават през 2015 г. до 17,5% от почти 16,4% през 2011 г. Жените в региона са положително засегнати от този тренд, тъй като заетостта на жените също се увеличава и по този начин им осигурява редовен месечен доход. Освен това годишните брутни доходи, получени от жените в региона през 2014 г., са нараснали бързо в сравнение с нивата от 2010 г. (321 022 денара спрямо 236 985 денара). Също така е важно да се отбележи, че жените в региона

²⁶ Държавна статистическа служба на Република Македония „Региони в Република Македония 2015 г.“

²⁷ <https://e-rabota.avrm.gov.mk/PublicReports/PublicReports.aspx>



са по-малко платени на отработен час в сравнение с мъжете през 2014 г. (142 денара срещу 147 денара).

Структурата на безработните лица в региона, сравнена със средната за страната по пол и местоживееене, показва, че безработицата в градовете и селските райони в региона е под средната за страната, особено сред жените, поради големия дял на текстила в структурата на промишлеността. Безработните жени в региона през 2013 г. са 16,6%, разделени почти поравно в градовете и селата, което е много по-добро в сравнение с данните за безработните мъже в региона (22%) и средната безработица за жените в страната (29%)²⁸.

Що се отнася до **условията на живот и социалното приобщаване**, населението в Източния регион има малко под средната стойност за страната по отношение на доходите. Регионът също така има най-ниската (72,56%) средна нетна заплата на служител за 2013 г. в сравнение със средната стойност за страната (27,2%)²⁹. Градските райони имат сравнително добра градска инфраструктура и социални съоръжения. Здравеопазването и социалните грижи в региона са в относително добро състояние. Положението по отношение на покритието на населението със здравно осигуряване в Източния регион е около 99%. Наличието на здравни услуги в първичното и вторичното здравеопазване е на средното ниво за страната, докато по-високите нива на здравеопазване са по-малко достъпни. Болничната помощ е организирана чрез мрежа от болници в градските центрове.

По отношение на **предоставянето на социални услуги** има 9 обществени институции за грижи и образование на деца в 29 сгради, организирани в 139 групи. Детските градини се намират в големи градски райони, докато в селските райони групите са разпръснати. Важно е да се отбележи, че ползвателите на детски надбавки са повече от средната стойност за страната (8% спрямо 3,8%), което от друга страна е един от факторите за недостатъчната икономическа сила на региона. По отношение на домакинствата, ползващи социални помощи, през 2013 г. те бяха 16%, което все пак е по-малко от средното за страната (21,1%). Един от най-големите македонски университети – Университетът „Гоце Делчев“, се намира в региона, като по този начин предлага на студентите възможността да продължат образованието си в региона.

Това, което **трябва да се подобри** в региона, е развитието на туризма, който изглежда по-слабо развит от този в другите региони в Македония.

Няма официални статистически данни за социалното предприемачество нито в Македония, нито в региона. Основният стратегически документ за региона е Стратегията за развитие на Източния регион 2015-2019 г.³⁰

Общ демографски и социално-икономически профил на Североизточния регион в Македония

²⁸ <https://e-rabota.avrm.gov.mk/PublicReports/PublicReports.aspx>

²⁹ <http://makstat.stat.gov.mk>

³⁰ <http://www.eastregion.mk>



Североизточният регион на Македония обхваща най-отдалечената североизточна част на страната, простираща се по протежение на реките Пчиня и Крива река и се състои от 6 общини: Липково, Куманово, Старо Нагоричане, Кратово, Ранковце и Крива Паланка. Североизточният регион се простира по границата с Косово, Сърбия и България. Общата му площ е 2 310 км², което е 8,98% от общата територия на Република Македония.

Според последните статистически данни, предоставени от Държавната статистическа служба на Република Македония, **населението** на региона в края на 2015 г. е 176 231 жители, което показва сравнително положителна демографска промяна в сравнение с 2011 г., когато броят е бил около 1000 по-малко (175 323)³¹. Гъстотата на населението в Североизточния регион възлиза на 76,1 души на квадратен километър. Населението е разпределено в 192 населени места, 189 от които са селища от селски тип. Регионът има общо 46 295 домакинства и 59 488 жилища. Младите жени на възраст 15-29 г. са почти 1/10 от населението на региона (10,8%) и са разпределени почти поравно между градските и селските райони.

По отношение на **образователния профил** на жителите статистиката не дава съвсем ясна представа за общото разпределение на жителите по пол, възраст и образователен статус. Ясно е, че броят на лицата, завършили висше образование, е достигнал най-ниското си ниво през последните пет години в края на 2015 г. (580 души) спрямо 2011 г. (652 души). Също така жените от региона изглеждат по-амбициозни по отношение на университетското образование отколкото мъжете, тъй като жените с висше образование са почти двойно повече (348) от мъжете (202)³².

Макар и малко бавно, **пазарът на труда** в региона се развива през последните пет години. Като се има предвид нивото на активност, то се е увеличило от 53,7% през 2011 г. на 54% в края на 2015 г. Заетостта също така отбелязва рязко положително развитие през 2015 г., достигайки своя връх за последното десетилетие от 30,6% (спрямо 21,7% през 2011 г.). Високото на заетост е тясно свързана с намаляването на нивото на безработицата в региона, което спадна рязко през 2015 г. до 43,2% от почти 60% през 2011 г. Жените в региона са положително засегнати от този тренд, тъй като заетостта на жените се е увеличила и по този начин им осигурява редовен месечен доход. Въпреки това годишните брутни доходи, получени от жените в региона през 2015 г., са паднали под нивата от 2010 г. (251 893 денара срещу 285 437 денара). Също така е важно да се отбележи, че жените в региона са по-малко платени на отработен час в сравнение с мъжете през 2015 г. (119 денара срещу 126 денара).

По отношение на **икономиката** икономическият профил на Североизточния регион е слабо развит в сравнение с другите региони в страната. Макар да е нараснало от 2009 г. насам (4,5%), участието на региона в brutния вътрешен продукт на Република Македония е на скромното ниво от 5,5% през 2012 г., което е много по-малко от дела на общата площ на региона и от общото население на

³¹ Държавна статистическа служба на Република Македония „Региони в Република Македония 2015 г.“

³² Държавна статистическа служба на Република Македония „Региони в Република Македония 2015 г.“



страната. Изчислено на глава от населението, Североизточният регион е увеличил своя БВП от 104 775 млн. денара през 2009 г. до 150 556 млн. денара през 2013 г. Напредъкът на икономическата активност в региона определя ръста на БВП на глава от населението в региона, който нараства по-бързо от средния за Република Македония (51,4%) и да достига 67,7%, което е сравнително добър резултат и предполага положително съживяване на икономиката в този регион. Съгласно Решението за класификация на регионите, нивото на развитие на Североизточния регион има индекс на развитие от 0,56%, социално-икономически индекс от 0,33% и демографски индекс от 0,70%, което поставя Североизточния регион на последна позиция в класификацията на осемте региона на Македония.

Икономическият дял на **брутната добавена стойност** към стойността на страната се е повишил от 4,38% през 2009 г. до 5,76% през 2012 г., което показва, че макар и бавно, икономиката се развива. Структурата на брутната добавена стойност по дейности е следната: делът на селското стопанство е 10,33%, което е почти равно на средното ниво за страната (10,3%); делът на промишлеността е 15,46%, което е по-ниско от средното ниво за страната (17,76%); делът на строителството (14,86%) е почти два пъти по-голям от средното ниво за страната (7,88%); търговията е на по-високо (26,97%) от средното ниво за страната (21%), но всички останали дейности са на по-ниско от средното ниво за страната (32,39% срещу 42,50%).

През 2013 г. в региона има 4 303 активни стопански субекта, което е малко повече от цифрите през 2009 г. (4 190), а 91% от предприятията са микропредприятия с практически малка акумулираща мощност. Основната причина за създаването на предприятията изглежда е осигуряването на икономическото съществуване на основателите и служителите, но не и за по-амбициозни бизнес цели. Има 86 големи предприятия и само 5 големи корпорации.

По отношение на **предприемаческия потенциал** на региона е важно да се отбележи, че обемът на инвестициите в дълготрайни активи в региона е относително нисък (9,56%) и е под средния за страната (15,8%). Делът на региона в инвестиции в дълготрайни активи е много нисък – 2,33% през 2012 г., което е най-ниската стойност за инвестиции в сравнение с всички осем региона. Освен това структурата на инвестициите е неблагоприятна, тъй като почти 2/3 от инвестициите са в строителство, а само 3% в развитие на селското стопанство. Това е една от основните причини, поради които селското стопанство е слабо развито в региона. Освен това в региона има функциониращо електронно правителство, което осигурява по-лесен достъп до всички административни услуги.

Регионът разполага с красиви природни забележителности, които са привлекателни за туристите, което се отразява в положителните тенденции в развитието на **туризма** през последните пет години от 3 803 души през 2011 г. до 8 125 души през 2015 г., като 2/3 от туристическия поток е от чужденци.



Регионът е изготвил стратегия за социално-икономическо развитие, която е насочена към подобряване на екологичните, жизнените и бизнес условия в региона – Програма за развитие на Североизточния регион 2015-2019 г.

Според анализа, направен в стратегията за развитие на региона, населението в Североизточния регион има относително добри жизненни условия по отношение на **условията на живот и социалното приобщаване**³³. „Селищата имат градска инфраструктура, а регионът разполага с измервателна станция за измерване на замърсяването. За условията на живот може да се каже, че нивото на икономическите възможности в региона и поради неформалната икономическа активност и паричните преводи, жизненият стандарт на населението е дори по-добър от очакваното от сравнително слабо развит икономически регион. И здравеопазването, и социалните грижи в Североизточния регион като цяло са относително добри“. Това, което може да се подобри в региона, е да се увеличи броят на детските градини, който е нисък. Семействата се възползват от детски надбавки над средните (4,5% срещу 3,8% или 18,4% повече от средното), а броят на бенефициентите на специална надбавка до 26 години е 1% - същата като средната за страната. В целия Североизточен регион 34,46% от домакинствата получават социални помощи спрямо 21,2% средно за страната, което е с 64% повече от средната стойност за страната. Броят на получаващите социални помощи е намалял значително от 2012 г. (103,6%) спрямо 2009 г. (142,5%), но все още е по-висок от средния за страната (64,8%). В региона работят 123 начални училища с 18 078 ученици, както и 12 средни училища с общо 8 187 ученици.

Понастоящем няма официална информация за съществуването на социални предприятия в Македония.

Общ демографски и социално-икономически профил на Югоизточния регион в Македония

Югоизточният регион е един от осемте планови региона и се състои от 10 общини – Валандово, Гевгелия, Богданци, Дойран, Радовиш, Конче, Струмица, Босилово, Василево и Ново село, с общо 171 416 жители и гъстота на населението от 63,2 души на км². Четири от 10-те общини са градове – Струмица, Гевгелия, Радовиш и Валандово. Регионът граничи с Република Гърция на юг, Република България на изток, а на север и на запад съответно с Източния и Вардарския регион. Регионът е с площ от 2 835 км², което представлява 10,9% от общата площ на страната.

Според данните от 2013 г. 8,4% от общото **население** на страната живее в региона. Регионът обхваща обща площ от 2 733,62 км² или 10,63% от общата площ на страната, с гъстота на населението от 62,51 души на км², което прави този регион пети в страната по гъстота на населението. В края на 2015 г. населението на региона наброява 173 352 жители. В Югоизточния район се наблюдава доста неравномерно разпределение на населението в градските центрове и селските райони. От общия брой на жителите над 2/3 или 173 472 жители живеят в селските райони. Младите жени на възраст

³³ Програма за развитие на Североизточния регион 2015-2019 г.

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония



15-29 години представляват почти 10% от общото население на региона през 2015 г., което отново е неравномерно разпределено в градските и селските райони.³⁴

По отношение на **образователния профил** на жителите може да се обобщи, че има тенденция за намаляване на стойността на образованието сред младите хора в региона. Това е видно от намаляващия брой на учениците в средните училища през последните пет години (6 098 през 2014/2015 г. спрямо 7 026 през 2011/2012 г.). От друга страна, през 2015 г. интересът към завършването на университетско образование остава почти същият като нивата от 2011 г. (662 души срещу 653 души). Също така жените от региона изглеждат по-амбициозни по отношение на университетското образование, отколкото мъжете, тъй като жените с висше образование са почти двойно повече (420) от мъжете (242)³⁵.

Макар и малко бавно, **пазарът на труда** в региона се развива през последните пет години. Като се има предвид нивото на активност, то е намаляло от своя връх през 2011 г. (71%) до 68,4% в края на 2015 г., но все още се представя по-добре от другите региони. Нивото на заетост също се понижи от 64,4% през 2011 г. на 56,9% през 2015 г. Тенденцията в заетостта е тясно свързана с нивата на безработица в региона, която се увеличи бързо през 2015 г. до ниво от 16,7% от почти 10% през 2011 г. Жените в региона са положително засегнати от тази тенденция, тъй като заетостта на жените също се е увеличила и по този начин им се осигурява редовен месечен доход. Освен това годишните брутни доходи, получени от жените в региона през 2014 г., са се увеличили бързо от нивата от 2010 г. (319 121 денара срещу 245 856 денара). Също така е важно да се отбележи, че жените в региона са по-малко платени на отработен час в сравнение с мъжете през 2014 г. (143 денара срещу 166 денара)³⁶.

По отношение на своето **икономическо развитие**, Югоизточният регион постига значителни резултати в икономиката на Република Македония със значителен икономически дял и се развива с един от най-динамичните икономически ръстове в страната (след Скопския регион, който е с най-развитата икономика), Всички икономически сектори са представени в структурата на региона. Най-значимите сектори в региона са: селското стопанство, строителството, търговията, минното дело, текстилната промишленост, тютюневата промишленост и кетъринга. Макар промишлеността да преобладава, услугите също показват изключително динамичен растеж. Югоизточният район обаче е предимно селскостопански регион, който има отлични климатични условия за производството на ранни плодове и зеленчуци, както и пресни зеленчуци и плодове.

Брутният вътрешен продукт³⁷ на Югоизточния регион през 2012 г. се равнява на 9,21% от националния БВП, което е много по-добра стойност в сравнение с другите региони. Може да се

³⁴ Държавна статистическа служба на Република Македония „Региони в Република Македония 2015 г.”

³⁵ Държавна статистическа служба на Република Македония „Региони в Република Македония 2015 г.”

³⁶ Държавна статистическа служба на Република Македония „Региони в Република Македония 2015 г.”

³⁷ Брутният вътрешен продукт на глава от населението се получава, когато общият изчислен брутен вътрешен продукт на национално ниво се раздели на общия брой на населението в страната, т.е. в региона.



заклучи, че през 2012 г. жителите на Югоизточния регион, представляващи 8,4% от общия брой на населението в страната, генерират 9,21% от нейния брутен вътрешен продукт. Освен това за периода 2009-2011 г. темпът на растеж на БВП в региона е много по-висок от растежа на националния брутен вътрешен продукт. Югоизточният регион генерира БВП в размер на 3 970 евро на глава от населението през 2012 г., което е с 9,8% повече от средната стойност за Република Македония. През анализирания период най-голямата сума на БВП на глава от населението в региона беше отбелязана през 2011 г., когато тя беше 4 119 евро, т.е. по-висока с 15,61% от средната за страната.

По отношение на **брутната добавена стойност**, селското стопанство е най-важният сектор в региона, тъй като носи най-висока брутна добавена стойност в структурата на БВП в региона. Значението на сектора произтича от факта, че той генерира приблизително една трета от общата брутна стойност в региона. Селското стопанство участва в структурата на БВП на национално ниво с дял от 10,3%, докато в структурата на БВП на Югоизточния регион той има дял от 34,3%. Другите дейности (9,29%), търговията (6,31%) и промишлеността (5,92%).

Общата номинална стойност на **инвестициите в основен капитал** на ниво Република Македония отбелязва непрекъснато увеличение през последните пет години, което не е така при Югоизточния регион. Това, което също е тревожно, е ниският дял на инвестициите в основен капитал в региона, който е едва 4,33% през 2013 г. Това като цяло означава, че много малък процент от печалбите са инвестирани в закупуването на нови технологии и цялостната модернизация на дружествата. Предприятията от региона все още са предимно трудоемки, с ниско ниво на техническо и технологично оборудване³⁸. Следователно е необходимо да се насърчават и подкрепят стопанските субекти за по-големи инвестиции в основен капитал. Същата тенденция се наблюдава и при външнотърговските операции в региона, които се характеризират и с тенденция към спад. В общата външнотърговска дейност на Република Македония Югоизточният регион има дял от 8,6-10,2% от износа и 4,9-5,7% от вноса. През 2012 г. стопанските субекти в региона са генерирали задоволителен външен търговски обмен в размер на 25,5 милиона щатски долара.

По отношение на **социалната закрила и социалното приобщаване** разпределението на помощите, получени от региона, има следните цифри: делът на децата на възраст от 0 до 18 години, получаващи детски надбавки, се увеличи от 3% през 2012 г. на 4,6% през 2015 г.; делът на хората на възраст от 0 до 26 години, получаващи специални надбавки, е постоянен през последните 5 години – 1%; делът на домакинствата, получаващи социални финансови помощи, на възраст над 18 години (на 1 000 души население) се е увеличил от 13,3% през 2013 г. на 16,6% през 2015 г. По-нататъшно развитие на социалните услуги в региона е предложено в стратегията за развитие на региона³⁹.

Стойността на индекса за развитие на Югоизточния регион възлиза на 0,89, което е около 11 индексни пункта под средния за страната и на второ място по ниво на развитие (след Скопския

³⁸ Програма за развитие на Югоизточния регион 2015-2019 г.

³⁹ Държавна статистическа служба на Република Македония „Региони в Република Македония 2015 г.”

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония



регион). Социално-икономическият индекс е 1,38, т.е. 38 индексни точки над средния за страната, а демографският индекс е 0,58.17⁴⁰. За определяне на социално-икономическия индекс се използват следните показатели: брутен вътрешен продукт на глава от населението, бюджетни приходи на глава от населението, ръст на добавената стойност на нефинансовия сектор и ниво на безработица, докато демографският индекс се определя въз основа на естествения прираст, коефициента на стареене, нетната миграция на 1 000 души и дипломираните студенти на 1 000 души. Според новата класификация за периода 2013-2017 г. индексът за развитие на Югоизточния регион възлиза на 97,1, социално-икономическия индекс на 129,5, а демографският индекс на 72,4⁴¹, което отново поставя региона сред най-развитите в страната.

⁴⁰ Решение за класифициране на регионите според нивото им на развитие за периода 2008-2012 г., Държавен вестник, бр. 162/2008 г.

⁴¹ Решение за класифициране на регионите според нивото им на развитие за периода 2013-2017 г., Държавен вестник, бр. 88/2013 г.



АНАЛИЗ НА ОСНОВНИ ПОЛИТИЧЕСКИ И ПРАВНИ ДОКУМЕНТИ, СВЪРЗАНИ СЪС СОЦИАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО, ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО СРЕД ЖЕНИТЕ И СОЦИАЛНИТЕ ИНОВАЦИИ

В доклада идентифицирахме стратегически и политически документи на регионално, национално и европейско ниво, свързани с предприемачеството сред жените и социалното предприемачество:

Европейско ниво

Европейската комисия насърчава и подкрепя предприемачеството сред жените чрез Закона за малките предприятия и Плана за действие „Предприемачество 2020 г.". Инициативи като проекта FEMTERPRISE, целящи да подкрепят нетуъркинг сред жените предприемачи, потенциалните жени предприемачи и подкрепящите организации, са силно насърчавани от ЕК.

Развитието и насърчаването на креативността и предприемаческия потенциал на жените са свързани със следното:

Ресурси и анализ на политиките за предприемачество на жените в ЕС

1. План за действие „Предприемачество 2020 г.”

„Жените съставляват 52% от цялото европейско население, но само една трета от самостоятелно заетите лица или от всички, започващи бизнес в ЕС. По този начин жените представляват голям обем от предприемачески потенциал в Европа. При създаването и управлението на бизнес жените се сблъскват с повече трудности, отколкото мъжете, главно в достъпа до финансиране, обучение, нетуъркинг и в съвместяването на бизнеса и семейството.

Потенциалните жени предприемачи трябва да бъдат информирани за програмите за подпомагане на бизнеса и възможностите за финансиране.

През 2009 г. Комисията откри Европейската мрежа на посланици за предприемачество сред жените, за да служат като вдъхновяващи ролеви модели за потенциалните жени предприемачи. Това беше последвано през 2011 г. от Европейската мрежа от ментори за жени предприемачи, които доброволно консултират жените, които започват и управляват нови предприятия. През 2012 г. Комисията направи предложение за подобряване на баланса на половете в управителните съвети на публично търгуваните дружества. Въпреки че членството в бордовете изисква различни компетенции и умения в сравнение с предприемачеството, повече жени на старши управленски постове биха могли да послужат като пример за други жени като цяло. Видимостта на по-големия брой успешни жени професионалисти ще покаже на други жени, че имат шансове за успех на пазара на труда.



Ефективното прилагане на съществуващото законодателство в областта на равенството между половете, и по-специално Директива 2010/41/ЕО[74], следва допълнително да стимулира предприемачеството сред жените.

Комисията следва да:

• Създаде паневропейска онлайн платформа за менторство, консултиране, образование и бизнес-нетуъркинг за жени предприемачи, която ще въведе в Интернет мрежите от настоящите национални посланици и ментори, ще разшири техните предложения и ще разшири техния обхват и подкрепа за предприемачеството сред жените на национално и регионално ниво чрез насърчаване на обмена на най-добри практики между държавите-членки.

Държавите-членки се приканват да:

• Изготвят и прилагат национални стратегии за предприемачеството сред жените, които имат за цел да увеличат дела на фирмите, ръководени от жени.

• Събират данни, разделени по пол, и да изготвят годишни актуализации за състоянието на жените предприемачи на национално ниво.

• Разширяват съществуващите мрежи на посланици за предприемачество сред жените посланици и ментори за жени предприемачи.

• Прилагат политики, позволяващи на жените да постигнат баланс между професионалния и личния живот чрез създаване на подходящи и достъпни грижи за деца и възрастни на тяхна издръжка, особено чрез пълноценно използване на възможностите за подкрепа в рамките на ЕЗФРСР, ЕФРР и ЕСФ.⁴²

2. „Закон за малките предприятия” за Европа

Законът за малките предприятия е всеобхватна рамка, която цели да подобри подхода към предприемачеството в Европа чрез опростяване на регулаторната и политическа среда за малките и средните предприятия (МСП). Съобщението „Мисли първо за малките – Закон за малките предприятия за Европа” от Комисията до Съвета изброява десет водещи принципа за насърчаване на растежа в сектора на малките предприятия. Първият принцип се фокусира по-специално върху жените и младите хора: Европейският съюз и държавите-членки трябва „да се грижат по-добре за бъдещите предприемачи (...) особено сред младите хора и жените и да опростят условията за прехвърляне на предприятия.”

3. Стратегически ангажимент за равенство между половете 2016-2019 г.

В работния документ на службите на Комисията „Стратегически ангажимент за равенство между половете 2016-2019 г.” се подчертава необходимостта от интегриране на перспективата за равенство между половете във всички политики и програми за финансиране на Европейския съюз, определяйки рамката за работата на Комисията за подобряване на ситуацията. Той се фокусира

⁴² <http://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/action-plan/>

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония



върху пет приоритетни области: увеличаване на участието на жените на пазара на труда и еднаква икономическа независимост; премахване на разликата в заплащането между половете; насърчаване на равенството в процеса на вземане на решения; борба срещу насилието, основано на пола, и трафика на хора; и насърчаване на равенството между половете и правата на жените в целия свят.

Напредъкът се отчита в годишния доклад за равенството между жените и мъжете на Европейската комисия.

4. Проект „WIN“ за подобряване на предприемачеството сред жените

Проектът „WIN“ за изграждане на капацитет, финансиран от Програмата за трансфер на иновации „Леонардо Да Винчи“, има за цел да развива уменията на жените на професионално ниво, разбирайки характеристиките на жените предприемачи и връзката им с географския и социално-икономическия контекст. Той също така се стреми да насърчава създаването и оперирането на нови предприятия.

Този уебсайт е на английски, унгарски, италиански, полски и гръцки език.

5. Директива на ЕС за прилагане на принципа на равно третиране на мъжете и жените, които извършват дейности в качеството на самостоятелно заети лица

Директива 2010/41/ЕС за прилагане на принципа на равно третиране на мъжете и жените, които извършват дейности в качеството на самостоятелно заети лица съдържа разпоредби за борба с дискриминацията при учредяването на дружество. Обсъжданите въпроси включват равно третиране и недискриминация, обезщетения за майчинство и социална закрила.

6. Директива на ЕС за прилагането на принципа на равните възможности и равното третиране на мъжете и жените в областта на заетостта и професиите

Директива 2006/54/ЕО забранява основаната на пола пряка или непряка дискриминация на пазара на труда, включително условията за достъп до самостоятелна заетост. Тя подчертава значението на равното третиране по отношение на достъпа до заетост (включително професионално обучение), условията на труд (включително заплащането) и професионалните схеми за социално осигуряване.

7. Премахване на разликата между половете при достъпа до финансови и други услуги и в социалното предприемачество

Това проучване, публикувано от отдел „Права на гражданите и конституционни въпроси“ на Европейския парламент, разглежда разликите между мъжете и жените предприемачи и социалните предприемачи. То изследва бариерите и дискриминационните ефекти, които възпрепятстват предприемачеството на жените в Европейския съюз, включително достъпа до финансиране. То съдържа четири казуса за следните държави: Чешка република, Италия, Швеция и Обединеното кралство.



8. Резолюция на Европейския парламент относно преодоляването на препятствията пред предприемачеството сред жените

Комисията на Европейския парламент по правата на жените и равенството между половете разгледа настоящата ситуация и представи широкообхватни препоръки за увеличаване на предприемачеството сред жените. В резолюцията от 2016 г. „Външни фактори, които представляват препятствия пред предприемачеството сред жените в Европа“ се разглеждат различни въпроси като достъп до финансиране, образование и обучение по предприемачество, социално предприемачество, баланс между професионалния и личния живот и др.

9. Резолюция на Европейския парламент относно семейните предприятия в Европа

Въз основа на работата на Комисията на Европейския парламент по промишленост, изследвания и енергетика тази резолюция от 2015 г. съдържа препоръки относно ролята на жените предприемачи в семейните предприятия. Тя подчертава значението на семейните предприятия за икономиката, разглежда проблемите и предизвикателствата на финансирането и предлага препоръки за премахване на бариерите пред семейните предприятия.

10. Резолюция на Европейския парламент относно предприемачеството сред жените в малките и средни предприятия

Резолюцията на Парламента от 2011 г. съдържа проучвания и препоръки за засилване на ролята на жените в сектора на малките и средните предприятия. Основните повдигнати въпроси включват достъп до финансиране, образователна подкрепа, възможности за нетуъркинг и информационни и комуникационни технологии.

11. Доклад относно външните фактори, представляващо пречка за предприемачеството сред жените в Европа /(2015/2111(INI))/, Комисия по правата на жените и равенството между половете, докладчик: Барбара Матера, 17/12/2015 г.

Инструменти за подкрепа на жените предприемачи

Комисията подкрепя няколко инструмента, например мрежи и електронна платформа, които помагат на жените да станат предприемачи и да управляват успешен бизнес:

Европейска онлайн платформа за жени предприемачи „WEgate“

Платформата „WEgate“ предлага обслужване „на едно гише“ за жени от всички възрасти, които искат да започнат, управляват и развиват бизнес. Стартирана през септември 2016 г., тя предоставя информация и линкове относно достъп до обучение, менторство, съвети и възможности за бизнес нетуъркинг.

Европейска общност на жените бизнес ангели и жените предприемачи



Целта на тази инициатива, финансирана от Европейския парламент, е да подкрепи жените предприемачи при достъпа до алтернативни източници на финансиране. Това ще стане чрез повишаване на информираността относно бизнес ангелите, обучение на жени, които биха искали да станат бизнес ангели и помагане на жените предприемачи да представят своите бизнес идеи на потенциални инвеститори. Мрежата е създадена през 2017 г. чрез 4 проекта, обхващащи 14 държави от ЕС.

Европейска мрежа за насърчаване на предприемачеството сред жените (WES)

„WES” е мрежа от политики с членове от 31 европейски държави (28-те държави-членки на ЕС, Исландия, Норвегия и Турция). Делегатите представляват национални правителства и институции. Те отговарят за насърчаването и подкрепата на предприемачеството сред жените на национално ниво. Членовете на мрежата „WES” предоставят съвети, подкрепа, информация и контакти относно съществуващите мерки за подкрепа на жените предприемачи. Те също така помагат за идентифицирането на добри практики.

Европейска мрежа на посланици за предприемачество сред жените

През 2009 г. стартира Европейската мрежа на посланици за предприемачество сред жените. Тя се състои от около 270 предприемачи от 22 европейски страни. Целта на посланиците е да играят ролята на ролеви модели като разказват своята история за повишаване на осведомеността и насърчаване на предприемачеството като възможност за кариера за жени от всички възрасти. Много от посланиците излязоха отвъд тези граници, като също така активно се включиха в подкрепата за създаването на нови предприятия. Мрежата е много успешна и надмина своите цели по отношение на организираните събития и достигнатата аудитория. Бяха организирани над 650 национални срещи, обхващащи над 61 000 потенциални жени предприемачи. Посланиците подкрепиха създаването на повече от 250 нови предприятия, ръководени от жени, и създадоха 22 клуба за нетуъркинг и бизнеса подкрепа за жените.

Европейска мрежа от ментори за жени предприемачи

През 2011 г. стартира Европейската мрежа от ментори за жени предприемачи. Седемнадесет европейски страни принадлежат към мрежата от ментори: Албания, Белгия, Кипър, Македония, Гърция, Унгария, Ирландия, Италия, Черна гора, Холандия, Румъния, Сърбия, Словакия, Словения, Испания, Турция и Обединеното кралство.

Мрежата от ментори предоставя консултации и подкрепа на жените предприемачи за стартиране, управление и растеж на техния бизнес в ранните му етапи (от втората до четвъртата година от съществуването на ново предприятие, ръководено и притежавано от жена).

Подкрепящи документи

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония



- Проучване на доклад „Статистически данни за жените предприемачи в Европа“. Данните показват, че жените предприемачи съставляват 29% от предприемачите (11,6 милиона) в Европа. От 2008 г. насам броят на жените предприемачи в ЕС е нараснал с 3%. Жените представляват по-голямата част от едноличните предприятия в ЕС (78%) и предпочитат да създават предприятия в областта на здравеопазването, социалните дейности, услугите или образованието. Проучването бе проведено в ЕС плюс Албания, Македония, Исландия, Израел, Лихтенщайн, Черна гора, Норвегия, Сърбия и Турция.

- „Статистически данни за жените предприемачи в Европа“, данни за България – индивидуално досие на страната

„Жените предприемачи представляват около 8% от жените в активната работна сила (ниво на предприемачество). Това е по-ниско от средното ниво на предприемачество в 28-те държави-членки на ЕС (10%). Делът на мъжете предприемачи в активната работна сила в България (14%) също е по-нисък от средния за 28-те държави-членки на ЕС. Повечето жени предприемачи в България работят на пълно работно време. През 2012 г. около 5% от жените предприемачи са работили на непълно работно време в предприятията си и този процент е значително по-нисък от средния за 28-те държави-членки на ЕС (30%).“

- Проучване на жените новатори и предприемачи.

Социално предприемачество⁴³

Социалното предприятие съчетава предприемаческа дейност със социална цел. Неговата основна цел е да има социално въздействие, вместо да максимизира печалбата за своите собственици или акционери.

Предприятията, предоставящи социални услуги и/или стоки и услуги на уязвими лица, са типичен пример за социално предприятие.

Според последните налични данни „социалната икономика“ дава работа на над 11 милиона души в ЕС, което представлява 6% от общата заетост.

Предизвикателства и отговор чрез политики

Достъп до финансиране

Достъпът до финансиране е една от основните пречки пред растежа на социалните предприятия, както е посочено в Социалната бизнес инициатива (SBI)⁴⁴, приета от Комисията през 2011 г.

⁴³ <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=952&intPageId=2914&langId=en>

⁴⁴ <http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises/>

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония



Следователно Комисията:

- помага на социалните предприятия да имат достъп до инвестиции до 500 000 евро чрез публични и частни инвеститори на национално и регионално ниво като част от Програмата на ЕС за заетост и социални иновации (EaSI)⁴⁵

- подкрепя социалните предприятия чрез пилотни капиталови инвестиции чрез Капиталовия инструмент на Европейския фонд за стратегически инвестиции (EFSI)⁴⁶, а именно чрез средства, свързани с инкубатори/ускорители и съвместно инвестиране със социални бизнес ангели

- съфинансира 21 пилотни проекта⁴⁷ в 12 държави от ЕС, избрани по покана за представяне на предложения през 2013 г., фокусирайки се върху развитието на търсенето и предлагането на пазарите за социално финансиране

- направи преглед на резултатите от 21-те пилотни проекта. Въз основа на опита от тези проекти и други подобни инициативи беше изготвено Практическо ръководство за разработване и прилагане на инициативи за развитие на инструменти и пазари за социално финансиране⁴⁸

- през 2016 г. беше открита нова покана за представяне на предложения за продължаване на развитието на пазарите за социално финансиране в Европа. Избрани са 20 проекта⁴⁹, фокусирани върху двете страни на пазарите за социално финансиране:

- предлагане (мобилизиране на инвеститори, създаване на финансови инструменти и улесняване на хибридно финансиране на социалните предприятия)

- търсене (създаване на подкрепа за инвестиционната готовност на социалните предприятия и създаване на платформа на европейско ниво за укрепване на капацитета на организациите за подкрепа)

Комисията също така подкрепя социалното предприемачество чрез Европейския социален фонд.

Картографиране на социалните предприятия в ЕС

В Социалната бизнес инициатива Комисията установи необходимостта от получаване на:

- пълна информация за състоянието и развитието на социалните предприятия в Европа
- доказателства за по-нататъшно развитие на рамката на политиките.

Поради това Комисията започна задълбочено проучване на социалното предприемачество⁵⁰, публикувано през ноември 2014 г., очертаващо реалността при социалните предприятия в 28-те държави-членки на ЕС и Швейцария, използвайки обща дефиниция и подход.

⁴⁵ <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1084&langId=en>

⁴⁶ http://www.eif.org/what_we_do/efsi/equity/index.htm

⁴⁷ <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=13084&langId=en>

⁴⁸ <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=en&pubId=7878&type=2&furtherPubs=yes>

⁴⁹ <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=16864&langId=en>

⁵⁰ <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=89&newsId=2149&furtherNews=yes>



Проучването представя общ преглед на екосистемите за социални предприятия в различните страни, включително факторите, ограничаващи тяхното развитие.

Според проучването социалните предприятия са важен двигател за приобщаващ растеж и играят ключова роля в борбата с настоящите икономически и екологични предизвикателства. И все пак само осем държави разполагат с рамка от политики за насърчаване и подкрепа на развитието на социалните предприятия.

Това проучване е отправна точка за изготвяне на изчерпателна карта на социалните предприятия в Европа. Ситуацията се променя бързо и затова през 2016 г. започна актуализация със седем държави (Франция, Белгия, Испания, Италия, Ирландия, Словакия, Полша).

- Доклади по държави за 2014 г.
- Актуализирани доклади по държави за 2016 г. (Франция, Белгия, Испания, Италия, Ирландия, Словакия, Полша)
- Обобщаващ документ: Нововъведения в Европа през 2016 г.
- Методологически документи

Към една способстваща екосистема:

Социалната бизнес инициатива кани държавите-членки да разработят среда, която да даде възможност на социалните предприятия да стартират и да се развиват. В сътрудничество с Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР) Комисията подготви обобщения на политиките и Компендиум на добрите практики, с насоки за политиките за тези, които се занимават с подобряване на своите национални политически среди⁵¹.

- Прочетете обобщението на политиките за социалното предприемачество;
- Прочетете обобщението на политиките за измерване на социалното въздействие;
- Прочетете обобщението на политиките за мащабиране на въздействието на социалните предприятия;
- Прочетете **Компендиума на добрите практики**.

Социални иновации

Социалните иновации са нови идеи, които отговарят на социалните потребности, създават социални взаимоотношения и формират нови сътрудничества. Тези иновации могат да бъдат продукти, услуги или модели, насочени по-ефективно към неудовлетворени потребности. Целта на Европейската комисия е да насърчи навлизането на иновативни решения на пазара и да стимулира заетостта.⁵²

⁵¹ <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=22>

⁵² http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/policy/social_en

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония



Цели

Действията на Комисията по отношение на социалните иновации произтичат от Инициативата „Съюз за иновации“ (2010 г.) и от Пакета за социални инвестиции (2013 г.). Тези действия улесняват стимулирането, усвояването и разширяването на решенията за социални иновации. Основните цели са:

- насърчаване на социалните иновации като източник на растеж и работни места
- споделяне на информация за социалните иновации в Европа
- подкрепа на иновативни предприемачи и мобилизиране на инвеститори и обществени организации
- какво прави Комисията по отношение на социалните иновации

Нетуъркинг – Европейската комисия (ЕК) помага на организациите в цяла Европа да се свързват, да се учат една от друга и да споделят опит чрез портала на Общността за социални иновации⁵³.

Конкуренция – Всяка година ЕК организира Европейски конкурс за социални иновации с цел изработване и подкрепа на нови решения на обществените предизвикателства и по този начин да се повиши осведомеността относно социалните иновации. Други европейски конкурси също подкрепят социалните иновации, например наградите „RegioStars“ и Турнира за социални иновации.

Финансиране – ЕК предлага пряко финансиране за подпомагане на социалните иновации чрез Програмата за заетост и социални иновации, Програмата „Хоризонт 2020 г.“, по-специално по Инструмента за малки и средни предприятия, който е отворен за социални предприятия, или Платформите за колективна информираност. Социалните иновации също така могат да бъдат финансирани във Вашата страна или регион от структурните и инвестиционните фондове на ЕС – Ръководство за социални иновации⁵⁴.

Екосистеми – ЕК подобрява условията за социални иновации и социални предприятия в Европа, за да привлече и частни инвеститори. Научете повече за Социалната бизнес инициатива и Инициативата за подкрепа на стартиращи и разрастващи се предприятия. Те надграждат заключенията на външна експертна група (GECES) и картографиране на екосистемите на социалните предприятия във всяка от 28-те държави-членки на ЕС.

Въздействие – ЕК събира и разпространява доказателства за ползите от социалните иновации и методологиите за измерване на резултатите. Вижте доклада Укрепване на социалните иновации в Европа: път към ефективна оценка и показатели (2012 г.), работата във връзка със социалното въздействие, извършена в рамките на Социалната бизнес инициатива или изследователските проекти, осъществявани за тази цел.

Инкубация – ЕК подкрепя инкубаторите за социални иновации в Европа чрез мрежи от инкубатори в целия ЕС, например Transition и Benisi.

⁵³ <http://www.siceurope.eu/>

⁵⁴ http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/documents/20182/84453/Guide_to_Social_Innovation.pdf



Проучване – ЕК търси нови идеи, приложения или области за социални иновации – вижте например Доклад за социалните иновации и отвореното производство (2015 г.) и Доклад за съвместната икономика със социална цел (2016 г.).

Подкрепящи документи:

- Социални иновации в Европа⁵⁵;
- Овластяване на хората, двигател на промяната – социални иновации в Европейския съюз (2010 г.)⁵⁶;
- Социални иновации: десетилетие на промяна (Бюро на съветниците по европейска политика (БЕРА), 2014 г.)⁵⁷.

Национално ниво

- Национална стратегия за младежта 2010-2020 г. на България;
- Национална стратегия за намаляване на бедността и социалното изключване в Република Македония 2010-2020 г.;
- Национален план за действие на Македония за малки и средни предприятия 2016-2020 г. : стимулиране на самостоятелната заетост, социално предприемачество и насърчаване на предприемачеството.

Регионално ниво

- План за изпълнение на Националната стратегия за младежта (2010-2020 г.) за 2016 г.;
- План за изпълнение на Националната стратегия за младежта (2010-2020 г.) за 2016 г. за област Благоевград и по нейните общини;
- Регионална стратегия за развитие на социалните услуги 2016-2020 г. за област Благоевград;
- Стратегия за регионално развитие 2014-2020 г.;
- Стратегия за регионално развитие 2014-2020 г. за област Кюстендил;

⁵⁵ <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/19042>

⁵⁶ <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/13402/attachments/1/translations>

⁵⁷ <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/13403/attachments/1/translations>



АНАЛИЗ НА РЕГИОНАЛНИ И НАЦИОНАЛНИ УЕБСАЙТОВЕ, ФОКУСИРАНИ ВЪРХУ СОЦИАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО, ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО СРЕД ЖЕНИТЕ И СОЦИАЛНИТЕ ИНОВАЦИИ ИЛИ ЦЕЛЯЩИ ДА ПОДПОМАГАТ СОЦИАЛНИТЕ/ЖЕНИТЕ ПРЕДПРИЕМАЧИ ПРИ ЗАПОЧВАНЕТО НА ТЯХНАТА ДЕЙНОСТ

Проекти на ЕС за предприемачество сред жените

Платформа „WEgate”

Платформата „WEgate” предоставя обслужване „на едно гише” за жени от всички възрасти, които искат да започнат, управляват и развиват бизнес. Стартирала през септември 2016 г., тя предоставя информация и линкове относно достъпа до обучение, менторство, консултации и възможности за бизнес нетуъркинг.

Платформата „WEgate” е създадена от Генерална дирекция „Вътрешен пазар, индустрия, предприемачество и малки и средни предприятия” на Европейската комисия и Изпълнителната агенция за малки и средни предприятия (EASME). Нейната мисия е да предоставя така необходимата информация и подкрепа на жените предприемачи.

Достъп до финансиране, как да се развие бизнес, къде да се получи помощ във вашия регион, съвети, възможности за обучение, програми за ментори, добри практики, казуси, успешни истории и свързани с тях новини и събития могат да бъдат намерени на платформата „WEgate”.

Платформата „WEgate” също така ще действа като център за онлайн нетуъркинг, обмен и сътрудничество между потенциални и настоящи жени предприемачи и заинтересовани лица.

www.WEgate.eu

Платформа „WEP”

Платформата „Женско предприемачество” (WEP) е асоциация с нестопанска цел (съгласно белгийското законодателство) със седалище в Брюксел, която има за цел да обедини организации със сходни възгледи на жените предприемачи или жените в бизнеса с цел обмен на най-добри практики и информация, като по този начин както националните, така и европейските асоциации на жените предприемачи са в крак със събитията на ниво ЕС.

Платформата се занимава с насърчаването на предприемачеството сред жените в ЕС и пред институциите на ЕС и ще бъде първото място за контакт с политически стратегии, политици и заинтересовани лица, които желаят да продължат да разглеждат този въпрос.

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония



<http://womenentrepreneurshipplatform.eu/>

Платформа „WIN”

Платформата за насърчаване на жените предприемачи „WIN”, проект за изграждане на капацитет, финансиран от Програмата за трансфер на иновации „Леонардо Да Винчи”, има за цел да развива уменията на жените на професионално ниво, разбирайки характеристиките на жените предприемачи и връзката им с географския и социално-икономическия контекст. Той също така се стреми да насърчава създаването и оперирането на нови предприятия.

Този уебсайт е на английски, унгарски, италиански, полски и гръцки език.

Експериментиране в приемащите страни (Унгария, Кипър, Полша), менторство като метод за подпомагане на развитието на професионални предприемачески умения. Тя се основава на процес, при който един човек (ментор) подкрепя професионалното развитие на друг човек. В настоящия случай менторът ще бъде по-опитен предприемач, който извън официалните работни отношения ще помогне на жената предприемач да развие собствената си професионална идентичност; също така това е междуличностна мрежа, свързваща ментори и жени предприемачи.

Разбиране на характеристиките на предприемачеството сред жените и връзката им с географския и социално-икономическия контекст. По-конкретно проектът има за цел да изготви (в сътрудничество с транснационалните партньори) изследване как характеристиките на жените в моделите на създаване и управление на предприятията могат да подпомогнат иновациите и конкурентоспособността.

Подпомагане на стартирането на нови предприятия чрез осигуряване на прехвърлянето към местните организации за професионално образование и обучение и ориентиране/обучение/съдействие на участниците и услуги за консултиране на жените, представящи предприемаческа идея, която да бъде развита, както и специфично обучение за стартиращи жени предприемачи.

<http://www.win-project.eu>

Проект „WE-SEE”

Проект „Женско предприемачество за устойчиво икономическо развитие” (WE-SEE) по Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония.

Обща цел на проекта:

Създаване на подходяща среда за дългосрочно устойчиво развитие на жените предприемачи в трансграничния регион.

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония



Конкретни цели:

1. Определяне на настоящите условия по отношение на жените предприемачи в трансграничния регион
2. Укрепване на местния капацитет за подкрепа на жените предприемачи
3. Установяване на сътрудничество и връзки между жените предприемачи в трансграничния регион
4. Подобряване на бизнес и предприемаческите умения на жените предприемачи чрез насърчаване на услуги за укрепване и улесняване на бизнеса, ръководен от жени
5. Повишаване на видимостта на жените предприемачи като двигатели на местното икономическо развитие.

<http://www.project-wesee.org>

Награда „Social Impact”

НАГРАДА ЗА СОЦИАЛНО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В МАКЕДОНИЯ

„Наградата за социално предприемачество е един от европейските проекти за младежта и студентите в Европа. Проектът беше създаден и инициран от Университета за бизнес и икономика във Виена и „Impact Hub”, чиято мисия е да популяризира социалното приобщаване на младите хора и студентите.

Самият проект е тристранен: образователен, изразяващ признание и възнаграждаващ, както и култивиращ у финалистите целта за по-нататъшно развитие на собствените им идеи. Запознаването със произведенията се проведе от февруари до април 2017 г., организирано чрез шест семинара в Скопие, Тетово, Гостивар, Охрид, Битоля и Щип. Лекторите на семинарите имат възможност да потвърдят основите на социално приемане, да развият бизнес идеите си от самото начало и да ги насочат към етап, в който действията могат да бъдат реализирани.

Постепенно семинарите, младите хора и студентите ще имат възможност да участват в конкурс за по-модерни бизнес идеи със социална подкрепа, които имат потенциал да постигнат редица положителни промени. С помощта на „гигантите” се избират три печеливши идеи. Наградният фонд на Македонския награден фонд включва 6 000 евро, посещаване на Европейската година на европейските изследвания в Белград през ноември, менторство, инкубационния период и много други възможности.

По свой начин ние можем да доведем младите хора до социално приемане и да им помогнем с непрекъсната подкрепа, благодарение на което те ще придобият способността да разбират как да бъдат социален претендент.”

<http://socialimpactaward.mk>

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония



Проекти на ЕС за социални иновации

Общност за социални иновации (SIC)

„През последните години в Европа се появиха редица организации и мрежи за социални иновации, които имат за цел а се справят с все по-сложните и взаимосвързани предизвикателства, пред които сме изправени днес. Въпреки това твърде често тази дейност е ограничена до малко, но активни хора и не е добре координирана или достатъчно видима, за да постигне критична маса.

Отчитайки областите на известните дейности за социални иновации, които организирахме около „мрежи за социални иновации“, SIC ще укрепи, свърже и разшири съществуващите общности за социални иновации, включително иновациите в публичния сектор, социални иновации в цифровите технологии, посредниците, участниците в социалната икономика и др.

Започвайки от предпоставката, че се нуждаем от по-отворени иновационни подходи за ефективно справяне с предизвикателствата пред обществото, в течение на период от три години SIC ще проведе серия от онлайн и офлайн дейности, включително практически експерименти на място, обучение, политики и изследвания.

„SIC“ е проект, финансиран по Програмата „Хоризонт 2020 г.“ и управляван от сдружение от 12 водещи организации в цяла Европа. Проектът „SIC“ ще действа от февруари 2016 г. до 2019 г.”⁵⁸

Европейски конкурс за социални иновации

„Конкурсът за социални иновации през 2017 г. има за цел да направи технологичните промени и цифровата трансформация по-приобщаващи. Всеки от тримата победители в конкурса ще получи награда от 50 000 евро.”⁵⁹

⁵⁸ <https://www.siceurope.eu/about-sic>

⁵⁹ https://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/policy/social/competition_en

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония



АНАЛИЗ НА СЪЩЕСТВУВАЩИТЕ И ПОТЕНЦИАЛНИТЕ ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА СЪЗДАВАНЕ НА СОЦИАЛНИ ПРЕДПРИЯТИЯ В ТРАНСГРАНИЧНИЯ РЕГИОН НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ И МАКЕДОНИЯ

Анализът на съществуващите и потенциалните възможности за създаване на социални предприятия в трансграничния регион на България и Македония се основава на данните, събрани от посоченото по-горе изследване на документи и задълбочени социологически интервюта с потенциални основатели на мрежата FEMTERPRISE – 30 жени на възраст 18-29 години, както и 30 експерти и ментори-доброволци от трансграничния регион. Въпреки че изследването не претендира за представителност, то дава много ценни резултати, очертаващи съществуващите и потенциалните възможности за напредък в социалното предприемачество в трансграничния регион. То се базира на сравнителен анализ, търсейки паралели с и разлики в изследваното явление от двете страни на границата. То е разделено на подтеми, които следват логиката на представените хипотези.

1. Мотивация

Въпреки че има тенденция за увеличаване дела на социалните и управляваните от жени предприятия в икономиката на ЕС през последните пет години, България и Македония все още са в процес на слаба динамика в това отношение. Една от причините може да се открие в ограниченията на правните определения в двете страни, които намаляват допустимия обхват на дейност на социалните предприятия и, което е по-важно, нямат ясна представа за предимството на социалните цели пред другите цели. От друга страна, трудно е да се оцени реалният брой на активните социални предприятия, тъй като няма нито официален източник на информация, нито систематична и редовна информация. Данните, събрани от Националните преброявания, са ограничени от юридически регистрираните субекти, които са предимно под формата на кооперации или организации с нестопанска цел, което е твърде широко определение и в действителност не обхваща реалните размери на този феномен. Има само няколко проучвания за социалното предприемачество в България и Македония, които поне посочват явлението за ограничен период от време, въпреки че те не са сравнителни, тъй като тръгват от различни основни определения. Въпреки че според тези проучвания и двете страни имат увеличение на броя на създадените социални предприятия през последните пет години, все още има много, което трябва да бъдат подобро, за да бъдат достигнати европейските нива.

Като начало е важно да се отбележи, че за разлика от по-ниската официално регистрирана дейност на социални предприятия в трансграничния регион на България и Македония, **има много лична мотивация за ангажиране с проблемите на социалното предприемачество в трансграничния регион.** Тази мотивация е установена чрез надхвърлилия очакванията брой на кандидатите, желаещи да се провери и да се подобри техния предприемачески потенциал в рамките на проекта

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония



FEMTERPRISE на, както и големия брой заинтересовани лица – успешни местни бизнесмени и предприемачи, потенциални инвеститори и представители на неправителствени организации, желаещи доброволно да споделят своя опит за насърчаване на социалното предприемачество/предприемачеството сред жените в региона. Младите жени (на възраст 18-29 години) с най-висок предприемачески потенциал в трансграничния регион, идентифицирани чрез инструмент, специално разработен в рамките на проекта, са много **мотивирани относно идеята за придобиване на нови предприемачески знания и по този начин да подобрят своя предприемачески потенциал**, а някои от тях – дори да започнат своето собствено социално начинание, насочено към решаване на съществуващ проблем в общността. Нямайки опит нито като предприемачи, нито като социални предприемачи, младите жени все пак **имат идеи за създаване на социално предприятие**, насочено към решаване на определен социален проблем в региона. Освен това те са привлечени от идеята за участие в мрежата FEMTERPRISE за социалните/жените предприемачи, което ще им даде възможност за предприемаческо ноу-хау, общуване с успешни предприемачи и **подкрепа от професионални ментори**, което изглежда е липсващ елемент в региона. Някои от тях предвиждаха възможност за развитие на ИТ сектора в региона чрез средствата на социалното предприемачество и по този начин да се подобрят възможностите за младите хора. Всички млади жени разчитат на устойчивостта на мрежата и вярват, че „**развитието на мрежата FEMTERPRISE върви ръка за ръка с подобряването на възможностите за създаване на социални предприятия и решаването на някои от основните социални проблеми в региона, като същевременно се даде възможност на младите хора, затова бих искала да бъда част от това начинание**” (П.М., 23 г., потенциален социален предприемач, Благоевград).

Заинтересованите лица или по-специално успешните бизнесмени, потенциалните инвеститори, представителите на публичната администрация, браншовите организации и неправителствените организации също изразяват огромен интерес да подкрепят мрежата от социални и управлявани от жени предприятия както в България, така и в Македония. Основната причина, посочена от мнозинството изследвани експерти, е **желанието им да допринесат за подобряване на съществуващите условия** в региона по отношение на динамиката на социалното предприемачество, което ще доведе до преразглеждане на условията за социално/икономически неравностойните групи, както и до подобряване относно екологичните проблеми в региона. Забележително е, че някои от успешните бизнесмени и инвеститори се ръководят от **шанса за прилагане на иновативни подходи за укрепване на социалната икономика**. Повечето от интервюираните заинтересовани лица изразяват голям ентузиазъм да споделят своите знания и опит, дори доброволно, с младите амбициозни жени, които желаят да увеличат своя потенциал в областта на социалното предприемачество. Те твърдят, че единственото важно нещо е да **предоставят подкрепа и насоки на младите предприемачи** в началото на тяхната кариера: „Знам колко трудно е началото и как дори минималната помощ може да играе важна роля в развитието на бизнеса/идеята” (Т.С., България), „винаги е трудно в началото, затова е важно да имаме подходяща подкрепа за преодоляване на трудностите” (Р.С., Македония). Ето какво казват някои от тях: „Вярвам, че има много млади хора в България и региона, които са достатъчно



мотивирани и могат да намерят решения на проблемите, които виждат наоколо, и да помогнат на хората около тях, а именно чрез използване на социалното предприемачество.” (Г.Т., България).

Важно е да се отбележи, че понятието „социално предприемачество” е най-известно и признато от представителите на неправителствените организации в Македония и България, които имат известен опит в това отношение, но то не е толкова лесно идентифицирано от местните бизнесмени и младите жени, които го смятат за сравнително ново явление, за което са готови да придобият повече знания. Макар че до известна степен някои от тях действат като социални предприемачи, например чрез наемане на хора с увреждания от региона, те го смятат за „просто бизнес”, тъй като са свикнали да разделят понятието „социално” от понятието „предприятие”.

Въпреки това има някои **песимистични гледни точки** за напредъка на социалното предприемачество не само в трансграничния регион, но и на национално ниво. Някои от експертите, взели участие в изследването, не вярват в концепцията за социалното предприемачество. Като се основават на техния опит и комуникация с местния бизнес, те смятат, че напредъкът на местния бизнес е най-важният за регионалния растеж. Освен това те критикуват социалната концепция като несправедлива, тъй като тя води до дисбаланс: *„Социалното предприемачество е уравниловка, при която добрите кадри биват изгонвани, но в същото време трябва да се плаща на некомпетентни кадри. Колкото по-добър е бизнесът, толкова по-добре за обществото!”* (Р.Ш., заинтересовано лице, България). Също така някои са песимистични за интереса на местните бизнесмени към инвестициите в социални предприятия: *„Инвеститорите нямат интерес към социалните предприятия, а само към благотворителността”* (Т. Ц., заинтересовано лице, България), а също така: *„Тъй като социалното предприемачество все още е в ранен етап и интересът на инвеститорите е слаб или почти отсъства”* (О.С., заинтересовано лице, Македония). Ниският интерес на инвеститорите към социалните предприятия се обяснява с факта, че социалното предприемачество не е добре познато в България и има много малко компании, които инвестират в такива продукти, но те се интересуват само от ограничени теми. Като решение за този проблем се разглежда подобряването на комуникацията между инвеститорите и предприемачите: *„физически с организации на форуми или практически чрез създаване на платформи”* (С.Д., заинтересовано лице, България). Въпреки че са песимистични относно напредъка на социалното предприемачество като цяло, те са мотивирани да го подкрепят, като споделят своите знания и специфичен опит. Песимистичната гледна точка за социалното предприемачество е свързана с песимистичния възглед за общия напредък на предприемачеството: *„Желая да участвам в процеса на популяризиране на социалното предприемачество, за да подкрепя предприемаческия дух, който въобще липсва”* (Р.Ш., заинтересовано лице). Освен това те смятат, че насърчаването на предприемачеството сред жените в региона би подобрило конкурентоспособността в трансграничния регион; *„Създаването на социални предприятия, ръководени от жени, би повлияло на възможностите за по-голяма конкуренция”* (Р.С., заинтересовано лице, България).



В обобщение, макар и на макро ниво, официалните данни показват недостатъчен дял на социалните предприятия в трансграничния регион на България и Македония, а резултатите от проведеното качествено изследване идентифицираха много лична мотивация за създаване и развитие на социални и управлявани от жени предприятия на микро ниво. Тъй като личният ентузиазъм за решаване на съществуващи социални проблеми чрез средствата на социалното предприемачество се смята за първи и един от най-важните елементи, с които да започнете, трябва да се заключи, че в региона има сериозна амбиция. Един от липсващите фактори за реализирането на тази амбиция е иновативен инструмент за предоставяне на сложна информация, знания и подкрепа. Тъй като потенциалните жени социални предприемачи от региона най-вече посочват търсене на професионални и практически знания и подкрепа от мрежата, експертите са вдъхновени от идеята за трансфер на своите знания, предоставяне на подкрепа и прилагане на иновации с цел решаване на съществуващите местни проблеми чрез средствата на социалното предприемачество. Освен това заинтересованите лица са развълнувани от идеята да поддържат връзка с други професионалисти и да споделят опит, както и да повишават собствения си опит и знания по въпросите на социалното предприемачество. Амбицията на първата мрежа от социални/жени предприемачи FEMTERPRISE е да посрещне потребностите на всички заинтересовани лица от трансграничния регион като ги ангажира и осигурява цялата необходима подкрепа на всички членове.

2. Проблеми, изисквания и предизвикателства пред жените социални предприемачи

Статистическата информация, представена по-горе в раздела „Изследване на документи“, показва, че жените от трансграничния регион както в България, така и в Македония са в по-неравностойно положение по отношение на заетостта, възнагражденията и социалното приобщаване в сравнение с мъжете в региона. Това заключение трябва да бъде екстраполирано спрямо положението на жените на национално ниво. Тези резултати са потвърдени на микро ниво от становището, дадено от респондентите в социологическото изследване. Повечето от тях считат, че жените са в по-неблагоприятно положение по отношение на възможностите за създаване на собствено предприятие в сравнение с мъжете, а също и в сравнение с населението на столичните градове. **Проблемите и свързаните с тях предизвикателства**, посочвани най-често като бариери пред развитието на социалното предприемачество сред жените в трансграничния регион, са същите като тези, пред които се изправят всички потенциални жени предприемачи и могат да бъдат класифицирани както следва:

1) Липса на знания. Липсата на предприемачески знания и опит е основният проблем на жените от трансграничния регион, които желаят да стартират собствено предприятие. Както младите жени, така и експертите от двете страни на границата споделят същото мнение в това отношение. Резултатите от изследването показват, че личната мотивация за създаване на собствено предприятие не е достатъчна за жените от трансграничния регион. Въпреки че статистическите данни показват, че младите жени от региона са по-амбициозни по отношение на образованието и са по-добре образовани от мъжете от региона, полученият образователен ценз сам по себе си се възприема като недостатъчно обстоятелство за стартиране на собствено предприятие или пък

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония



образованието не предоставя практически знания. Това води младите жени от трансграничния регион на България и Македония до несигурност относно това дали и как да започнат собствен бизнес. Що се отнася до концепцията за социалното предприемачество, дори и тези, които са добре образовани, не се чувстват запознати с него, тъй като то е придобило популярност едва през последните няколко години и е по-популярно в столичните градове, но не е толкова добре познато в трансграничните региони. Тази идея е обобщена от мнението на една от младите жени, взели участие в изследването: *„Понятието за социално предприемачество е сравнително ново и не е толкова възприето в трансграничния регион, колкото в София. Всичко, което знам за него, се дължи на моите търсения в Интернет и съм запалена по идеята да стартирам собствено социално начинание, но със сигурност ще трябва да придобия повече професионални знания за това.”* (М.В., потенциален социален предприемач, България). Както споменахме по-горе, това мнение е вярно и за някои от местните бизнесмени, които смятат, че ще имат полза и от включването в мрежата на социалните предприятия. Необходимите знания биха могли да бъдат насочени към следното: познаване на законовите изисквания за създаване на собствено предприятие; информация за възможните източници на финансиране; предприемачески и маркетингови познания; обучението и менторство, които следват едно след друго; информация за „други истории на успеха”; информация за счетоводството и данъците. В допълнение към тази типология някои от респондентите смятат, че значението на презентационните умения е много важно, тъй като младите социални предприемачи ще трябва да представят своите идеи на потенциални инвеститори по атрактивен начин, когато се опитват да получат финансиране за своите проекти.

2) Липса на информация за потенциалните възможности. Независимо от факта, че Интернет покритието в региона е сравнително добро, а по-голямата част от населението има ежедневен достъп до Интернет, хората от трансграничния регион на България и Македония и особено жените все още са затруднени да получат информация за потенциални бизнес/предприемачески възможности. Тъй като е основният източник на информация, Интернет нито предоставя необходимата информация за създаване на социално предприятие, нито е добре насочен към населението от региона. Вторият източник на информация, на който местните жители разчитат, са местните общини, които също са бенефициенти на финансиране от ЕС в рамките на оперативните програми. Анализът на стратегическите политически документи на целевите общини показва, че те разполагат с подробни визии за подобряване на социалните услуги и включване на групи в неравностойно положение от региона, но почти нищо не се споменава за значението на социалните предприятия. Информацията за потенциални бизнес/предприемачески възможности би могла да бъде известна единствено на отделите по труда и по този начин те се насочват единствено към групата на регистрираните безработни и тя не става достъпна за всички, които се интересуват. Третият източник на информация са неправителствените организации, които изглеждат активни в региона, но все още има много да се желае относно предоставянето на адекватна и достатъчна информация за напредъка на социалното предприемачество/предприемачеството сред жените в региона. В същото време тази информация е от решаващо значение за младите мотивирани жени



от региона, в който нивото на безработицата сред жените е високо, а възможностите за работа са много ограничени. *„Трябва да усъвършенстваме нашето разбиране за социалното предприемачество и да обединим социалните компетенции в тази област. Появата на успешни социални предприятия, които посрещат потребностите на големи групи хора в неравностойно положение, и едва тогава можем да говорим за интереса на инвеститорите. Засега такъв интерес липсва.”* (К.Й., експерт).

3) Липса на финансиране. Липсата на финансиране е посочена като един от преобладаващите фактори, които ограничават възможностите за младите жени, но позовавайки се на гореизложеното определение на социалния предприемач като човек, който *„действа смело без да е ограничен от наличните ресурси”*, това не е толкова лоша новина, тъй като истинските социални предприемачи биха били още по-мотивирани да преодолеят трудностите, свързани с ограничените ресурси. Един от експертите обобщава значението на търсенето на финансиране: *„Бидейки един от основните проблеми, пред които е изправено създаването на социални предприятия, важно е младите жени социални предприемачи да имат ясна представа за своето предприятие и най-важното – да могат да го представят по атрактивен начин на потенциалните инвеститори”* (Г.Т., експерт, България). Също така се смята, че напредъкът на успешните социални предприятия ще доведе до увеличаване на интереса на инвеститорите: *„Няма почти никакъв интерес на инвеститорите към социалното предприемачество, но той може да се появи, ако има успешни социални предприятия”* (Д.Д., експерт, България). *„Има слаб интерес на инвеститорите към социалното предприемачество поради факта, че няма бърза възвръщаемост на инвестициите и няма ясни правила в тази област. Няма държавна подкрепа. Социалната сфера е една от най-слабо реформирани области. Трябва да се работи за създаване на ясни правила и законодателство за социалното предприемачество.”* (Й.Б., експерт).

4) Липса на доверие в предприемаческия потенциал на жените или доминиране на стереотипи. Поради особеностите на региона и факта, че той е далеч от столицата, предприемаческите възможности за жените са по-ниски и особено тези за социални предприятия. Младите жени са разделени в мненията си относно стереотипите. Някои от тях считат, че липсата на доверие в потенциала на жените е от решаващо значение и определя възможностите за успех на управляваното от жена предприятие, макар че вярват, че това трябва да се промени. *„Все още хората мислят, че жените са слаби и не могат да развият бизнес. Има пренебрежение към жените. Жените все още не разполагат с финансови средства и имат по-малко контакти, отколкото мъжете. Има пренебрежение към жените. Жените все още нямат финансови средства. Жените и мъжете не трябва да бъдат неравностойни. Не трябва да има разлика между мъжете и жените”* (М.Б., потенциален социален предприемач, България), а също така *„Мъжете винаги са привилегирани, но това трябва да се промени. Жените в големите градове би трябвало да са преодолели това и е по-вероятно да започнат бизнес”* (Л.В., потенциален социален предприемач, България). Мнението, че мъжете са по-добри предприемачи, е характерно за културата на малцинствата в региона – ромската общност в България и албанското малцинство в



Македония. Поради тази причина включването на жени от тези етнически групи би било предизвикателство за увеличаване на доверието към жените в техните местни общности. От друга страна, някои млади жени смятат, че няма разлика в бизнес възможностите за мъже и жени” *„Мъжете и жените са равни и имат еднакви възможности за бизнес, дори жените са по-успешни в бизнеса”* (Б.К., потенциален социален предприемач, България). Това мнение се споделя и от мнозинството експерти, които смятат, че жените имат дори по-голям бизнес потенциал от мъжете: *„Жените имат по-голям предприемачески потенциал от мъжете – те са по-организирани, по-предприемчиви и по-прагматични от мъжете. За съжаление те все още са изправени пред много предразсъдъци и това им пречи да развият своя предприемачески потенциал”* (Б.Н., експерт, България). Също така жените се възприемат като по-подходящи социални предприемачи поради тяхната емпатична природа: *„Жените са много добри в създаването на социални предприятия, защото те са естествено склонни към емпатия”* (Д.Д., експерт, България).

Освен това всички респонденти смятат, че необходимостта от подкрепа и популяризиране както от семейството, така и от ментори е едно от основните **изисквания** за успешен старт на социалното предприятие. *„За жените, които започват бизнес, е много важно да получат подкрепа и насърчение. Подкрепа от семейството и подкрепа за осигуряването на достъп до обучение – в професионалната област и ключови компетенции, както и насърчаване и подпомагане от хора с опит в бизнеса. Ако имат подкрепа, много жени ще започнат собствен бизнес”* (Й.Б., експерт). *„Световните проучвания показват, че жените са по-успешни в социалното предприемачество, отколкото мъжете. Жените имат потенциала да развият социално предприемачество, но се нуждаят от подкрепа – обучение, менторство, предоставяне на информация, осигуряване на подкрепяща среда”* (К.Й., експерт).

Още веднъж, позовавайки се на определението за социален предприемач, дадено по-горе, макар и изправен пред различни ограничения, истинският социален предприемач ще види възможности там, където други виждат ограничения, и както един от експертите каза: *„...ако някой е силно мотивиран, той ще преодолее всички трудности и ограничения, свързани със създаването на собствено предприятие”* (Б.Н., експерт). Също така има хора, които не свързват социалното предприемачество с пряк инвеститорски интерес: *„За мен социалното предприемачество е самоорганизация на хора, които са изправени пред общ социален проблем и се опитват да го разрешат сами”* (С.Б., експерт, България).

3. Целеви групи на социалното предприемачество

Тъй като социалното предприятие винаги е ориентирано към нуждите и проблемите на уязвимите социални групи, първата стъпка на анализа е да се идентифицират най-нуждаещите се социални групи в региона. Класификацията не цели да подреди групите, а да представи всички уязвими социални групи в региона. Според данните, натрупани от социологическото изследване, най-неравнопоставените социални групи са следните:



- 1) **Възрастните хора, които живеят в социална изолация** – Някои от тях живеят в почти изоставени села и страдат от увреждания и не могат да се грижат за себе си. Тези хора обикновено са с ниски доходи, незащитени и често стават жертви на крадци в домовете си. Основните нужди на тази група са грижата, закрилата и социалното приобщаване.
- 2) **Представители на малцинствени групи** – роми в България и албанци в Македония и особено жените от тези групи; Представителите на малцинствата често са слабо образовани, което ги излага на по-висок риск от безработица. За жените от малцинствата е още по-трудно да си намерят работа в трансграничния регион, а ако имат работа, то най-често тя е неквалифицирана и ниско платена. Всички форми на обучение и повишаване на тяхната квалификация са полезни за тези групи.
- 3) **Млади хора, които не учат, не работят и не се обучават (NEET)** – Младите хора, които не учат, не работят и не се обучават, е една от най-нуждаещите се групи, която се нуждае от много външни усилия за повишаване на тяхната мотивация за лична реализация и за създаване на привлекателни възможности за тях.
- 4) **Самотни майки** – Самотните майки от трансграничния регион също са посочени като една от най-нуждаещите се групи, чиято основна борба е с липсата на добре платена (или каквато и да била) работа с гъвкаво работно време, която да им позволява да се грижат за техните деца. Невъзможността за намиране на работа ги поставя в риск от бедност и социално изключване. Добра възможност за самотните майки е да работят на непълен работен ден или да работят от дома.
- 5) **Хора с физически увреждания** – Хората с увреждания традиционно са свързани с трудови кооперации, които са вид социални предприятия и най-често са единствената възможност за работа на представителите на тази социална група. Основният проблем за хората с увреждания от трансграничния регион е липсата на подходяща инфраструктура, която е основната причина за тяхното социално приобщаване.
- 6) **Временно и/или трайно безработни** – Групата на безработните от трансграничния регион също се разглежда като уязвима група, тъй като се състои от хора, живеещи в бедност и обикновено в среда на социално изключване.
- 7) **Деца в риск** – Деца, живеещи в социални институции; деца, живеещи със самотни родители или отгледани от баби и дядовци; деца, изложени на риск от физическо насилие; деца с физически заболявания; Много от тези деца нямат равен старт в живота в сравнение с всички останали деца, което ги излага на по-висок риск от социално изключване. Същият проблем съществува и за по-големите деца, които напускат социални институции и имат проблеми с намирането на квартира и работа. Децата в риск могат да бъдат както бенефициенти, така и доставчици на стоки в социалното предприятие.

4. Специфични бизнес възможности

Респондентите, участвали в изследването, представиха своите собствени разбирания за специфичните бизнес възможности в трансграничния регион на България и Македония с оглед на

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма Интеррег-ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония



възможностите за създаване на управлявани от жени социални предприятия. Бяха обмислени много идеи и е важно да се отбележи, че няма значителни различия в позициите на българските и македонските ментори, както и между българските и македонските потенциални жени предприемачи. Предположенията бяха разделени главно в контекста на бизнес възможностите за **предоставяне на услуги**, от една страна, други, които считат, че услугите в региона са добре развити и има по-големи шансове за **производство**, и други, които считат **образованието, иновациите и развитието на ИТ сектора** като най-добрият бизнес вариант за региона. За да се даде по-добра представа, всяка от тях ще бъде представена по-подробно с конкретни примери, дадени от респондентите:

1) Възможности за създаване на социално предприятие, фокусирано върху предоставянето на услуги.

1.1. Услуги, свързани с разкрасяване – фризьорство, козметика,

1.2. Местни туристически услуги – *„Къщи за гости, партньорства с местни производители. Това ще създаде заетост, от една страна, а местните общности ще живеят по по-кооперативен начин от други“* (Д.Д., експерт, България). Природните ресурси са доста сходни от двете страни на границата и са много подходящи за развитие на туристически продукти, свързани с развитието на селски-еко-СПА туризъм;

1.3. Здравни услуги;

1.4. Създаване на хосписи за възрастни хора или хора с физически / психически заболявания;

1.5. Услуги, свързани с опазването на автентични храни, култури, традиции и обичаи;

1.6. Доброволчески услуги. *„Социалното предприятие участва в доброволческа дейност и взаимопомощ. Доброволците могат да бъдат обучени да помагат на възрастните хора и на хората с увреждания. Създаване на групи за подпомагане на хора от малцинствата – мотивиране на младите роми да продължат образованието си; Обучаване на ниско образованите хора по придобиване на уменията, които са им необходими за започване на работа“* (Т.Д., експерт, България).

2) Възможности за създаване на социално предприятие, фокусирано върху производството.

Производството на стоки се счита за по-добра бизнес възможност в региона от част от респондентите, тъй като се счита, че изисква повече усилия от предоставянето на услуги и по този начин е по-успешно. *„Всеки би могъл да започне да предлага услуги и затова има много фирми, фокусирани върху предоставянето на услуги, но само смелите започват производство, тъй като е по-рисковано, но и много успешно“* (Б.Ц., експерт, Македония). Шансовете за производство на стоки могат да бъдат обобщени в следната типология:



2.1. Производство и преработка на селскостопански стоки. Има много фактори, разглеждани като предимства за развитието на селскостопанския бизнес в трансграничния регион – добър климат през цялата година, много плодородни полета, подходящи за производство на плодове и зеленчуци, както и за животновъдство. По-специално производството и преработката на екологични продукти – плодове, зеленчуци и билки, се посочва като важна бизнес ниша.

2.2. Текстилна промишленост;

2.3. Обработка на кожи;

Също така, тъй като регионът не е пренаселен, има много изоставени или неизползвани сгради, които биха могли да се използват за развитие на производствени предприятия.

3) Възможности за създаване на социално предприятие, свързано с образованието – както формално, така и неформално

3.1. Специални услуги, фокусирани върху повишаването на капацитета на хората с насоченост към учебни групи от двете страни на границата, тъй като основните проблеми, пред които са изправени уязвимите групи в трансграничния регион, са свързани с лошата квалификация и лошите езикови умения.

3.2. Образователни услуги, ориентирани към ниско образованото население, за да им помогнат да отговорят на изискванията на бизнеса за знания и умения.

3.3. Зелено образование, ориентирано към обучаването на местните хора да опазват природните ресурси и да живеят в хармония с природата.

3.4. Подготовка на студенти за университетите в региона или тяхното последващо кариерно развитие (създаване на „академии“ и др.).

3.5. Предоставяне на обучения, които не са популярни в региона, обучение през целия живот или професионално/занаятчийско обучение.

3.6. Организиране на масово образование – академии.

4) Възможности за създаване на социално предприятие, фокусирано върху иновациите и развитието на ИТ сектора.

4.1. Социално-ориентирано ИТ предприятие, фокусирано върху образователна платформа, която успешно да достигне до пазара на труда.

4.2. Технологии – оптимизация на процесите и др. *„Технологиите и образованието предлагат голям потенциал за развитие на бизнес идеи. В този регион двете ниши остават сравнително*



изостанали спрямо останалата част от света и могат да бъдат подобрили по много начини” (Г.Т., експерт, България).

4.3. Бизнес, насочен към околната среда. *„например рециклиране на материали или обогатяване на (градската) среда, както и развитие на културата и изкуствата” (С.Д., експерт, България).*

5) Други

5.1. Бизнес в областта на културата. *„Има много възможности да се започне бизнес в областта на културата в региона, тъй като сме много свързани помежду си. Имаме обща култура, традиции, обичаи и творчество. Създаването на социални предприятия в областта на културата е предпоставка за появата на уникални неща. Най-големият проблем за всички уязвими групи е връзката с други общности, контактите с различни хора. Чрез дейности, свързани с изявата на таланти в областта на културата, тази изолация може да бъде преодоляна” (Е.Д., експерт, България).*

5.2. Организиране на панаири за запознаване с хората от двете страни на границата. *„Това ще създаде пазар за малките производители в региона и ще помогне на хората да се опознаят, да се сближат и да се чувстват като общност. Това също така ще даде тласък на идеи, посветени на различни социални предизвикателства и начини за преодоляването им” (С.Б., експерт, България).*

5.3. Създаване на бизнес инкубатори;

5.4. Съвместни социални предприятия в трансграничния регион на България и Македония. *„Имаме сходни социални проблеми, добри взаимоотношения между хората и институциите в региона. Няма езикова бариера.” (Т.Д., експерт, България).*

Достъп до информация

Заклучение