



# МОДУЛ 1. ВЪВЕДЕНИЕ В СОЦИАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО

Моето табло / Курсове / ВЪВЕДЕНИЕ

Вашият напредък



Въпросник за финална оценка



## Цели на обучението

При завършване на обучението курсистът ще има притежава:

- Знания за социалното предприемачество: същност; основни модели и структури; основни области, в които се прилага; предимства и ползи; митове.
- Умения да разграничава предприемачеството и социалното предприемачество; да представя как социалното предприемачество работи в полза на обществото.
- Компетенции да проектира и стартира бизнес в социалната икономика, прилагайки изискуемите необходими знания и умения

## Ключови думи

Предприемачество, социално предприемачество, връщане към обществото, печалба, нестопанска цел, предприятие, правен формат, иновации, решаване на проблеми.

## Дискусия / Теоретична обосновка и практически въпроси

3.1. Какво представлява социалното предприемачество?

Предприемачеството е процес на проектиране, стартиране и провеждане на нов бизнес, който първоначално често е малък бизнес. Осъществява се от хора, наречени предприемачи, които са готови да поемат риск, за да реализират печалба. Тези

предприятия се стремят главно към решаване на проблеми в сферата на индустрията и услугите.

Социалното предприемачество е подобен процес, ръководен от хора, наречени социални предприемачи, които имат за цел да решават социални, културни или екологични проблеми, често без да целят да печелят.

Крайната цел на предприемача е да създаде икономическо богатство, докато крайната цел на социалните предприемачи е да изпълнят своята социална мисия.

Социалното предприемачество е модерна концепция. В развития свят социалните предприемачи са група, която по-бързо внедрява и реализира идеи, в сравнение с финансираните от правителството. В развиващия се свят социалното предприемачество има за цел да подобри областите, в които липсва държавна подкрепа в определени области.

### 3.2. Околна среда на социалното предприемачество

Околната среда на социалното предприемачество е широк термин, който включва следните елементи:

- Финансиране:
  - Финансиране на идеи;
  - Грантови схеми;
  - Венчърен капитал.
- Качество на живот:
  - Разходи за живот;
  - Транспорт;
  - Изкуствата и културата.
- Човешки капитал:
  - Достъп до ментори;
  - Членове на екипа;
  - Служители;
  - Принадлежност към общност.
- Правила и възприемане:
  - Регулаторна рамка;
  - Отношение и обществен дискурс за социалното предприемачество.
- Брой социални предприятия.
- Правни формати:
  - Стопански организации;
  - Организации с нестопанска цел;
  - Хибрид (както с цел печалба, така и с нестопанска цел).
- Основните сектори на икономиката, в които функционират предприятията:
  - Социални услуги;
  - Образование;
  - Здравеопазването;
  - Околна среда и др.

Колкото средата е по-разнообразна, толкова системата на социалните предприятия е по-развита.

### 3.3. Обратно към обществото

За разлика от предприемачеството, социалното предприемачество не измерва възвръщаемост на инвестициите с приходи, печалба и цени на акциите, а със социални постижения. То има широко въздействие в много области, някои от които са описани по-долу.

#### Здравеопазване:

Един от основните акценти на социалното предприемачество е подобряването на здравето на хората и достъпа до здравеопазване. Това се постига чрез изграждане на нови болници, здравни клиники с по-евтини услуги и предоставяне на лекарства. То също така има за цел да обучава пациентите, за да намали разпространението на някои заболявания.

#### Образование:

Образованието е друга област, в която социалното предприемачество процъфтява. Причината за успеха му е фактът, че образованието все още е голям проблем в много страни. Целта на социалните предприемачи е да намалят процентите на отпадане от училище, да изградят инфраструктура, да предоставят учебни материали, да обучават учители, да съветват студентите по кариерното им израстване. Много обществени организации работят като предприятия с нестопанска цел, а не като предприятия с цел печалба.

#### Човешки права:

В областта на правата на човека социалните предприятия се опитват да подобрят свободата, стремежа към щастие, да се избегне дискриминацията, да не се ограничава свобода на словото, справедлив процес и др. Социалните предприемачи водят преговори с правителствата, осигурявайки безопасни убежища, повишавайки обществената осведоменост и използвайки всички видове налични стратегии, за да помогнат на хората, живеещи в затруднено положение.

#### Култура:

Социалното предприемачество използва културните особености за насърчаване на социалната трансформация и интеграцията в общността. Предприемачите инвестират в изкуства, литература, театри, филми, включително документални, популяризират идеите за социално предприемачество.

#### Околна среда:

Социалните предприемачи работят по многоаспектни проблеми на околната среда: осигуряване на устойчиви продукти и услуги, управление на отпадъците, намаляване на вредните емисии, опазване на земите и дивата природа. Те работят с местните власти, компании и правителствени организации за насърчаване на здравословна околна среда.

### 3.4. Паралели между нестопанска дейност и стопанска дейност със социални цели

Бизнесът на социалните предприемачи работи в три различни модела, приложими в различни ситуации и икономически климат.

С нестопанска цел:

Тези бизнес модели използват излишъка от своите финансови и други ресурси, за да отговорят на социалните нужди, вместо да плащат възвръщаемост на своите акционери. Такива компании не плащат данъци и често се организират като благотворителни организации.

Със стопанска цел (печалба):

Тези модели са създадени като предприятия със стопанска цел и плащат данъци. Те работят в области, където е трудно да се намери кредитиране и финансиране за социални нужди. Тези компании са предназначени да решават определени социални потребности.

Хибрид:

Тази организационна структура може да има различни форми. Най-отличителната ѝ черта е, че използва печалбата от някои дейности, за да поддържа други дейности, които имат социална или обществена цел. Хибридни организации с нестопанска цел често се създават, за да се справят с неуспехите на държавата или с някои пазарни неуспехи, тъй като генерират приходи за поддържане на дейността, без да изискват заеми, безвъзмездни средства и други форми на традиционно финансиране.

Филантропско предприемачество:

Този термин се отнася до традиционните корпорации, които инвестират част от печалбата си за решаване на социални, културни или екологични проблеми. Много често служителите на тези корпорации се занимават със социално предприемачество, което може или не може да бъде подкрепено от компанията. Такива дейности често се наричат корпоративно социално предприемачество.

### 3.5. Роля на социалното предприемачество

Социалните предприемачи са творчески и иновативни личности. Те разработват идеи, които помагат за решаването на проблемите, пред които е изправено обществото. Социалните предприемачи не са бизнесмени в традиционния смисъл на думата. Те са по-скоро мисионери, които се придържат към своята визия, и са съсредоточени основно в трансформацията на обществото и решаването на неговите проблеми.

Трансформация:

Социалните предприемачи често правят промени в името на обществото, които се помнят дълго от хората. Тези промени обикновено са резултат от някои иновации, които предприемачите създават. Всяко нововъведение, което трансформира или променя обществото по съществен начин, може да се нарече социална иновация. Въпреки това не всички социални иновации се стартират за социални цели, а за печалба.

Американското общество се преобразува през 20-те години на миналия век в резултат

от създаването на производствената линия на Хенри Форд за масово производство на автомобили. Така автомобилите стават достъпни за американското семейство и трансформират организацията на труда, туризма, както и много други индустрии, осигурявайки по-голяма мобилност на американската общественост.

Разрешаване на проблеми:

Социалните предприемачи могат да повлияят на живота на хората, като намират и решават проблеми. Например Скот Харисън, основател на „Благотворителната вода“ – организация с нестопанска цел, създадена с цел осигуряване на качествена питейна вода за милиони хора, успява да трансформира живота на много хора и помага за решаването на една от най-основните здравни потребности – потребността от чиста питейна вода.

Иновация:

Удовлетворението на социалните предприемачи е, че те могат да бъдат на първа линия на индустрията, в която работят, и да търсят решения на определени социални проблеми. Социалните предприемачи използват своята креативност, за да позиционират дейността си в света на бизнеса и в обществото като цяло. Успешните иновации, които създават, предизвикват голямо уважение и признание от останалата част на бизнеса и от обществото като цяло. Техническата революция, започнала от Стив Джобс и Стив Вожняк, промени начина, по който индустрията работи и по който хората комуникират. В света на продажбите на дребно „Walmart“ на Сам Уолтън трансформира образа на пазаруването на дребно.

Икономическа промяна:

Социалните предприемачи са в състояние да основат цели индустрии, където никой не е работил досега. Това помага за създаването на хиляди работни места и за развитието на нови региони и градове. Например една здравна иновационна организация със седалище в Сиатъл измисли нови технологии, които позволиха широко обществено здравеопазване в общности по целия свят. Много работни места за професионалисти в областта на здравеопазването са създадени в хиляди общности, където преди това не е съществувала здравна индустрия.

### 3.6. Митовите за социалното предприемачество

Социалните предприемачи винаги са в центъра на вниманието на обществеността. Те използват своите таланти, за да дават решения на някои от най-тревожните и неотложни социални проблеми и въпроси в полза на обществото. Обществото очаква резултати и в тази връзка общественото мнение внимателно наблюдава социалното предприемачество. Тъй като социалното предприемачество е нова област, все още има много митове и погрешни схващания в по-широк сегмент от обществото. Тези митове задържат много хора далеч от дейностите на социалното предприемачество и създават у тях отрицателно отношение. По-долу са представени някои от най-често срещаните митове.

Мит 1: Организациите на социалните предприемачи не целят печалба

**Реалност:** Това е най-широко разпространеният мит, че социалните предприемачи работят само с нестопанска цел. Както вече бе посочено, социалните предприятия могат да бъдат със или без цел печалба, а също така и да са хибрид между двете. Всъщност поради липса на финансиране много социални предприемачи са принудени да управляват бизнеса си като дружества с печалба. Те развиват своите бизнес идеи за най-слабо развитите пазари, разгръщат решенията си с най-лошата инфраструктурна подкрепа и обслужват хората на най-ниското стъпало от социалната стълба и все още имат устойчиво или печелившо начинание. Те са добре запознати с търговските и социалните аспекти на бизнеса си.

**Мит 2:** Социалните предприемачи се интересуват само от трайното въздействие върху общността, но не и от приходите от дейността

**Реалност:** Постигането на положително социално въздействие е основната цел на социалното предприятие, но това не означава, че не реализират приходи, както видяхме в първия мит. Всъщност трайното въздействие не може да бъде създадено без ресурси, приходи и печалби. Социалните предприемачи се грижат за търговската част на бизнеса си като запазване на паричните потоци, добри приходи и по-добри печалби и в същото време спомагат за решаването на социалните проблеми. Подобно на всеки друг предприемач, те гледат на печалбите и възвръщаемостта на инвестициите заедно с положителното отношение към обществото. Социалните предприятия се наричат така по основателни причини.

**Мит 3:** Социалните предприятия не могат да реализират икономия от мащаба

**Реалност:** Икономията от мащаба се отнася до способността на едно дружество да поддържа или подобрява постиженията си по отношение на рентабилност или ефективност, когато неговият обем на продажбите се увеличава. Способността за развитие на всяко предприятие зависи от много фактори, включително от бизнес модел, стратегическо планиране, безупречно изпълнение, управляван ръст и т.н. Те са приложими за всеки вид предприятие, включително и за социалните.

**Мит 4:** Социалните предприемачи не са истински предприемачи, а единствено се справят добре в обществото

**Реалност:** Социалните предприемачи наистина се справят добре в обществото, но те не могат да направят това без своите предприемачески умения. Техният бизнес успех или неуспех по всякакъв начин прилича на този на всеки друг предприемач. Като всички предприемачи те осъществяват бизнеса си със страст, обръщат внимание на всеки детайл, сблъскват се с предизвикателствата на пазара, с трудностите да убеждават клиентите, с болката от набирането на капитал.

**Мит 5:** Социалните предприемачи само трябва да разтворят сърцата си, без да получават изгоди

Реалността: Да бъдеш социален предприемач е всичко друго, но не и лесно. Социалният предприемач се нуждае от ресурси, за да развива иновативни продукти, да предоставя качествени услуги и да помага на по-малко привилегирания сегмент от обществото. Неговата работа не е толкова харизматична, колкото изглежда. Разтвореното сърце може да помогне в известна степен в управлението на бизнеса, но ресурсите, които се използват, идват от капитала.

## Въпроси

- Какво представлява предприемачеството?
- Какво представлява социалното предприемачество?
- Какви са основните различия между предприемачеството и социалното предприемачество?
- Какви са основните елементи на средата на социалното предприемачество?
- Какви са основните бизнес структури, използвани от социалното предприемачество?
- Какви са предимствата на социалното предприемачество?
- Как отговаряте на основните митове за социалното предприемачество?

## Ресурси

Bornstein, D., & Davis, S. (2010). *Social entrepreneurship what everyone needs to know*. New York: Oxford University Press.

Huybrechts, B., & Nicholls, A. (2012). Social Entrepreneurship: Definitions, Drivers and Challenges. *Social Entrepreneurship and Social Business*, 31-48. doi:10.1007/978-3-8349-7093-0\_2

Leadbeater, C. (1997). *The rise of the social entrepreneur*. London: Demos.

Punia, K. (2013, June 28). *Dispelling 5 common myths about social entrepreneurship*. Retrieved January 07, 2018, from <https://yourstory.com/2013/06/dispelling-5-common-myths-about-social-entrepreneurship/>

Social Entrepreneurship: The Case for Definition (SSIR). (n.d.). Retrieved December 31, 2017, from [https://ssir.org/articles/entry/social\\_entrepreneurship\\_the\\_case\\_for\\_definition](https://ssir.org/articles/entry/social_entrepreneurship_the_case_for_definition)

## Финансиране

Проектът е финансиран от Европейския Съюз и националните фондове на участващите страни

### Info

Сайт на проекта INNOVENTER

### За контакти

[admin@innoventer.eu](mailto:admin@innoventer.eu)

Последвайте ни



Авторски права © 2017 - 2020 | INNOVENTER Balkan-Mediterranean 2014-2020