

АНАЛИЗА НА КАПАЦИТЕТИТЕ НА СОЦИЈАЛНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА ВО СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

СТУДИЈА ЗА ПОЛИТИКИТЕ





USAID
ОД АМЕРИКАНСКИОТ НАРОД



Оваа анализа е подготвена од страна на здружението за истражување, комуникации и за развој - Паблик со поддршка на американскиот народ преку Агенцијата на САД за меѓународен развој (УСАИД). Мислењата изразени во оваа анализа им припаѓаат на авторите и не ги изразуваат ставовите на Агенцијата на САД за меѓународен развој или на Владата на Соединетите Американски држави.

CIP - Каталогизација во публикација
Национална и универзитетска библиотека «Св. Климент Охридски», Скопје

334.72:364-3(497.7)

ИЛИЈЕВСКИ, Климентина

Анализа на капацитетите на социјалните претпријатија во Северна Македонија : студија за политиките / автори Климентина Илијевски и Александра Илоска. - Скопје : Здружение на граѓани за истражување, комуникации и за развој Паблик, 2019. - 27 стр. : илустр. ; 21 см

Библиографија: стр. 27

ISBN 978-608-66357-0-1

1. Илоска, Александра [автор]

а) Социјални претпријатија - Анализа - Македонија

COBISS.MK-ID 110334474

АНАЛИЗА НА КАПАЦИТЕТИТЕ НА СОЦИЈАЛНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА ВО СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

СТУДИЈА ЗА ПОЛИТИКИТЕ

Автори: Климентина Илијевски и Александра Илоска

Анализа на дел од податоците: Маја Раванска

Собирање податоци: Анета Ристеска, Маја Раванска, Александра Илоска

Советник при истражувањето: Катерина Мојанчевска

Скопје, април 2019 година

СОДРЖИНА

Листа на табели и на фигури	6
Листа на кратенки	6
1 ВОВЕД	7
1.1 Историја на социјалните претпријатија во Северна Македонија	8
2 МЕТОДОЛОДИЈА И ОПИС НА ПРИМЕРОК	9
2.1 Социјалните претпријатија во Северна Македонија: актуелна состојба	10
3 АНАЛИЗА НА КАПАЦИТЕТИТЕ НА СОЦИЈАЛНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА ВО СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА	11
3.1 Претприемачка / економска димензија на социјалните претпријатија	12
3.1.1 Предизвици во развојот на економската димензија	15
3.2 Социјална димензија	16
3.3 Добро управување	18
4 ГРАДЕЊЕ НА КАПАЦИТЕТИТЕ НА СЕКТОРОТ: ПРЕДИЗВИЦИ И ПОТРЕБИ	20
5 ЗАКЛУЧОК	22
6 ПРЕПОРАКИ	25
6.1 Препораки за јавната политика	26
6.2 ПРЕПОРАКИ ЗА ТРАДИЦИОНАЛНИОТ БИЗНИС (САМО ЗА ОРИЕНТИРАНИ КОН ПРОФИТ)	26
6.3 Препораки за социјалните претпријатија	26
ЛИТЕРАТУРА	27

ЛИСТА НА ТАБЕЛИ, ГРАФИКОНИ И НА ФИГУРИ

Слика 1: Преглед на предизвиците на социјалните претпријатија во развојот на економската димензија

ЛИСТА НА КРАТЕНКИ

Д.О.О.: Друштво со ограничена одговорност
Д.О.О.Е.Л.: Друштво со ограничена одговорност на едно лице
ЕУ: Европска унија
ЕМЕС: Интернационална мрежа на истражувачи на социјалните претпријатија
МТСП: Министерство за труд и социјална политика
ПР: Односи со јавноста
СП: Социјално претпријатие

1 ВОВЕД

Во Република Северна Македонија развојот на социјалните претпријатија е на самиот почеток. Концептот скромно се појавува во дел од јавната политика, но политичкото препознавање на секторот е далеку од соодветно, стратегиско и визионерско. Владата, првпат во својата програма за работа (2017-2020) го вовеле социјалното претприемаштво предвидувајќи донесување закон за социјално претприемаштво преку кој ќе се олесни пристапот до пазарот на труд за социјално ранливи категории граѓани. Се предвидува и можност ранливите групи да го управуваат претпријатието, да донесуваат одлуки за управување на остварените приходи и за нивно инвестирање во социјални цели. Во официјалните владини стратегии, пак, концептот социјално претпријатие првпат е воведен во поопширни стратегии за соработка со граѓанскиот сектор (2012-2017) каде што е предвидена поопшта мерка за развој на поширок концепт: социјална економија. Мерката предвидува активности што експлицитно целат на граѓанските организации со економски активности, притоа изоставувајќи ги другите модели што го формираат спектарот на социјални претпријатија. Истата визија е застапена и во рамките на тековната стратегија (2018-2020) во која социјалните претпријатија се гледаат само како механизам за обезбедување финансиска одржливост за граѓанскиот сектор.

Постојната законска регулатива во Република Северна Македонија не ги препознава и не ги регулира социјалните претпријатија и социјалното претприемаштво бидејќи сè уште не постои заедничко разбирање за концептите. И двата концепта се појавија во дискурсот на третиот сектор и, генерално, постои концептуална конфузија кога се дискутира јавно за нив. Развојот на социјалните претпријатија во Северна Македонија се поврзува со последните случувања во третиот сектор, како, на пример, ограничената финансиска поддршка за услугите што ги нудат граѓанските организации, децентрализацијата на системот за социјална заштита и зголеменото влијание и финансиската поддршка што е на располагање од страна на донаторската заедница.

Ентитетите што го сочинуваат спектарот на социјалните претпријатија во земјата се разновидни. И покрај отсуството на специфични правни форми за социјалните претпријатија, дел од постојните законски акти овозможуваат основање и функционирање ентитети што можат да бидат препознаени како социјални претпријатија, како, на пример, граѓански организации и фондации, кооперативи, заштитни друштва, комори на занаетчи, земјоделски задруги, а и неформалниот сектор за собирање отпад го има потенцијалот да биде трансформиран преку социјално претприемаштво.

Во текот на 2018/2019 година Владата на Република Северна Македонија работеше на реформи во системот на јавните набавки и на социјалната заштита, кои обезбедуваат поттикнувачка правна рамка за развој на социјалните претпријатија. Со новиот **Закон за јавни набавки** (Службен весник на Република Северна Македонија, бр. 24/2019), во правната рамка на земјава првпат е уредена можноста за воведување резервирани набавки. Тој влезе во сила од 1 април 2019 година. Законот првпат го промовира концептот на социјални набавки, кој овозможува договорниот орган да го резервира правото на учеството во постапка за јавна набавка на економски оператори, чијашто основна цел е општествена и професионална интеграција на лицата со пречки во развојот или на лицата од социјално ранливите групи, кои ја реинвестираат добивката за таа цел, во согласност со законот. Во овој случај, најмалку 30 проценти од вработените лица кај економскиот оператор се лица со пречки во развојот или лица од социјално ранливи / исклучени групи. Притоа, законот утврдува дека економскиот оператор мора да ги исполнува следниве услови: 1) обезбедување јавни услуги само од областа на здравствени, социјални и на културни услуги; 2) добивката се реинвестира заради остварување на целите на организацијата во согласност со законот; 3) управувачката или сопственичката структура на организацијата се темели на сопственост на вработените, односно бара активно учество на вработените, корисниците или заинтересираните страни. Со новиот **Закон за социјална заштита**, кој во текот на спроведувањето на истражувањето беше во собраниска процедура, се предвидува поголемо ангажирање на единиците на локална самоуправа во социјално мапирање на потребите на граѓаните на локално ниво. Во реформираниот систем на социјална заштита се предвидува унапредување и развивање на социјалните услуги што ќе се обезбедуваат во домот на корисникот, во заедницата и во

семејството, како и иновативни и интервентни социјални услуги. Во однос на обезбедувањето социјални услуги се овозможува вклучување на локалната самоуправа, како и на здруженијата на граѓани, физички лица и на приватниот сектор во обезбедувањето и давањето услуги во заедницата. Всушност, сите овие услуги претставуваат можност за развој на нови социјални претпријатија, кои би ги задоволувале потребите од услуги на локално ниво.

Се очекува реформите на ниво на јавните политики да имаат ефект врз екосистемот во кој функционираат социјалните претпријатија во земјава. Но, во моментот, тие егзистираат во неразвиен екосистем во кој отсуствуваат капацитети да се адресираат тековните предизвици и пречки на социјалните претпријатија. Спроведената анализа на капацитетите на социјалните претпријатија дава детален увид во постојните капацитети на секторот од аспект на економска одржливост, придонес кон општеството, заедниците и корисниците (социјална димензија) и практиката во однос на доброто управување. Анализата се базира врз критериумите на ЕМЕС (Интернационална мрежа на истражувачи на социјалните претпријатија) за мапирање на социјалните претпријатија со цел добиените резултати да бидат споредливи со тековните студии што се спроведуваат на ниво на ЕУ. Притоа, македонскиот контекст се споредува со минималните критериуми на секоја од димензиите за да се идентификуваат полињата каде што е потребно унапредување со цел постигнување целосна усогласеност.

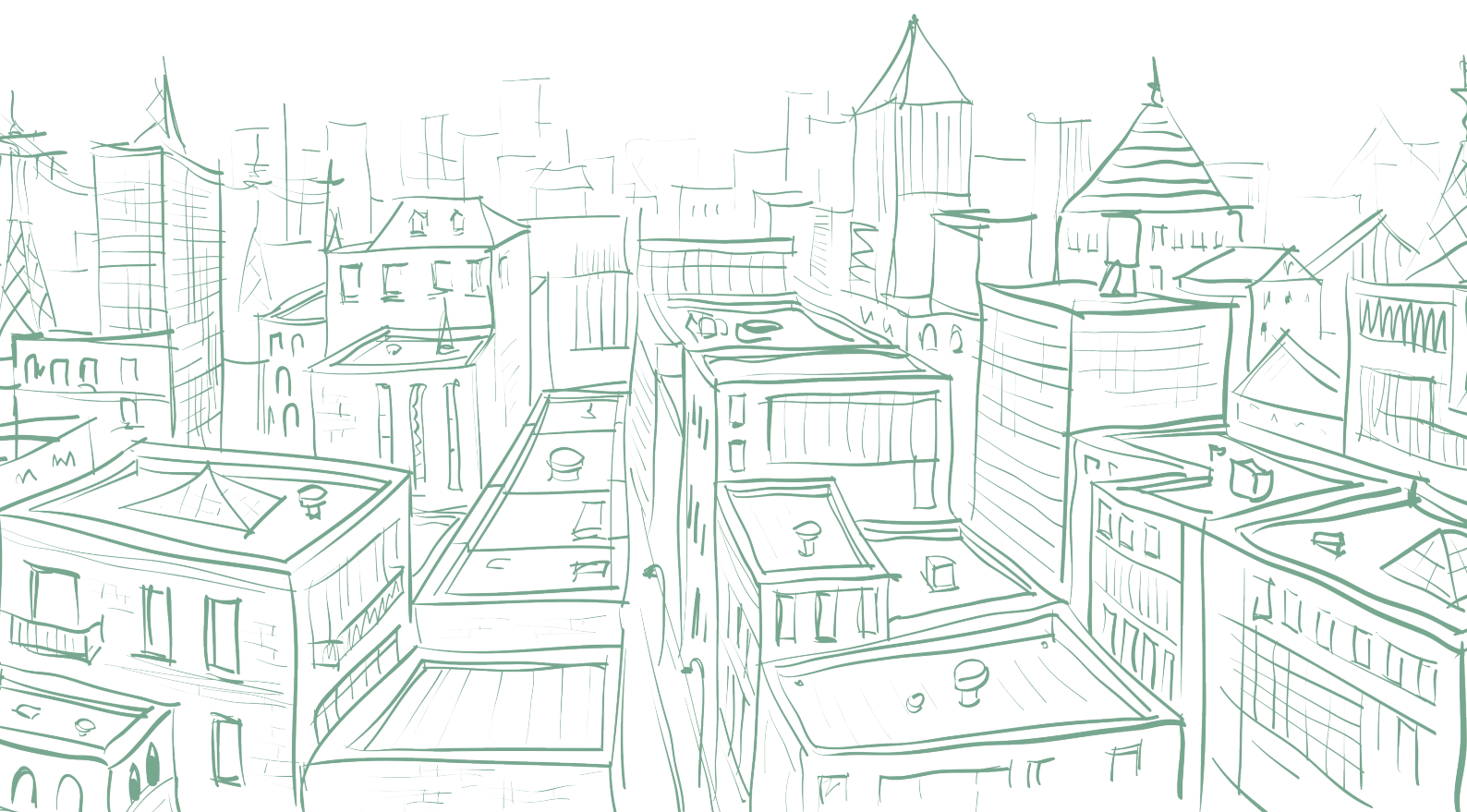
1.1 ИСТОРИЈА НА СОЦИЈАЛНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА ВО СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Првата практика на социјалното претприемаштво во Македонија е забележана уште во 1900 година, кога биле функционални многубројни доброволни здруженија, кооперативи и други форми на автономно здружување (Sivchev and Randelovic, 1966: 11). Нивна доминантна активност била објавување информативни билтени (Trajkovski et al., 1999). Во периодот што следува се идентификувани и дополнителни форми на социјално-претприемачка практика како: првата потрошувачка заедница (1900 година), првата Стопанската комора на Македонија (основана во 1922 година) и младински заедници (во 1938 година). Сепак, претходниците на практиката на социјалните претпријатија во Македонија својот најголем развој го достигнале во периодот по завршувањето на Втората светска војна (1945-1991).

Формите со најдолга традиција, кои го поттикнале развојот на нови форми на економска соработка, истовремено промовирајќи солидарност и самопомош, вклучуваат: 1) заштитни друштва; 2) социјални организации; 3) занаети. Во овој период се идентификувани и многубројни локални заедници и неформални мрежи и здружувања на граѓани (Trajkovski et al., 1999: 12). Сите овие иницијативи може да се сметаат за позитивно наследство, кое го отвора патот за појава на денешните социјални претпријатија. По осамостојувањето на Македонија, транзицијата од планирана кон пазарна економија била придружена со интензивирани економски, политички и општествени проблеми. Како резултат на ова, дел од постојната практика од областа на социјалното претприемаштво ги продолжи своите оперативни активности истовремено негувајќи ги историското наследство и континуитетот на своите претходници, додека други ентитети, како, на пример, младинските заедници, целосно исчезнаа.

2

МЕТОДОЛОГИЈА И ОПИС НА ПРИМЕРОК

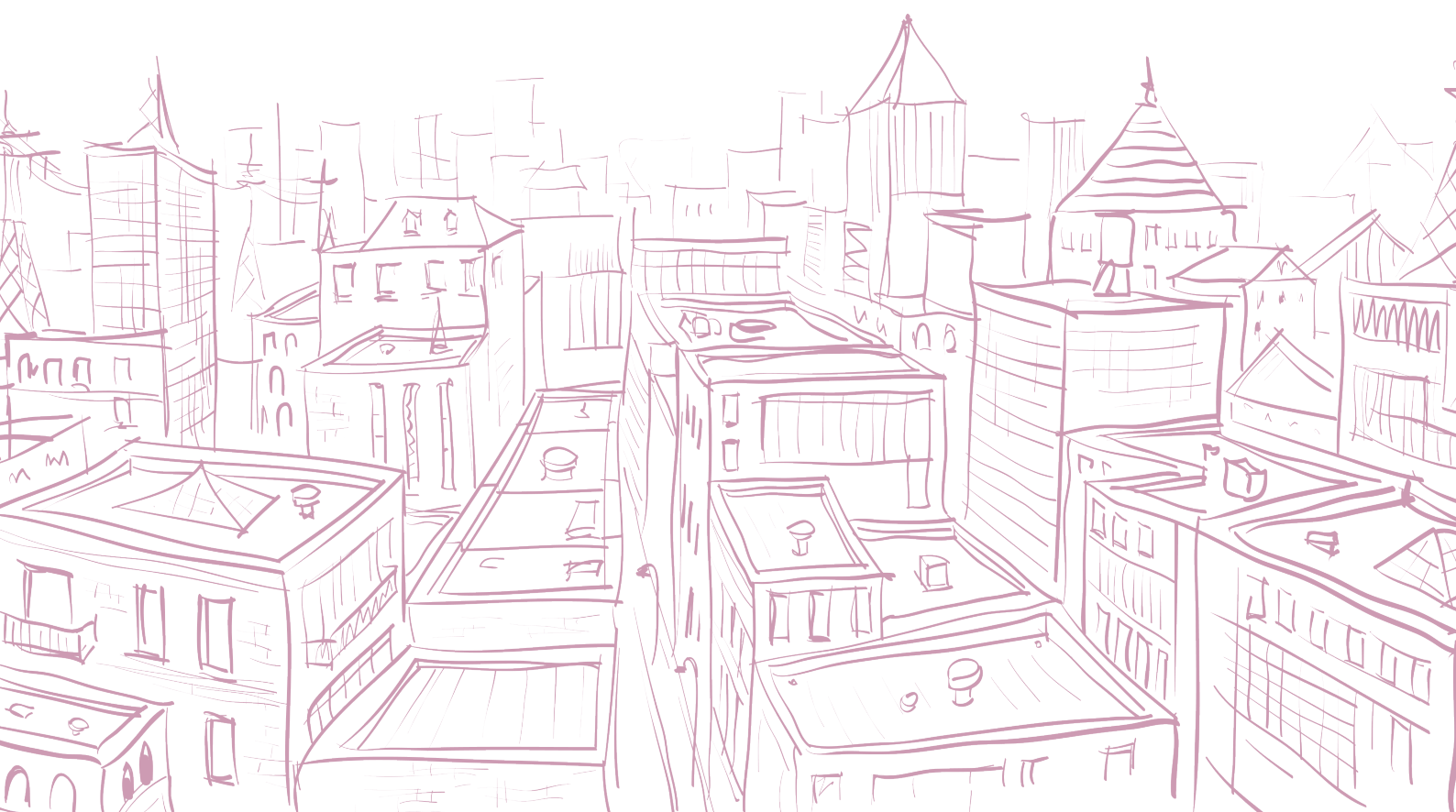


Истражувањето за проценка на капацитетите на постојните социјални претпријатија во Северна Македонија е насочено кон согледување на потенцијалите, како и на пречките за развој на овие ентитети, а обезбедува и увид во постојниот екосистем за развој на социјални претпријатија во земјава. Истражувањето беше спроведено во периодот од ноември 2017 година до март 2018 година, а ги опфати Скопскиот (20) Југозападниот (4), Пелагонискиот (4), Полошкиот (2), Вардарскиот (2), Југоисточниот (4), Источниот (1) и Североисточниот плански регион (2). Се анализираа сите социјални претпријатија евидентирани во базата на Асоцијацијата за истражување, комуникации и за развој „Паблик“, која ги следи состојбите во ова поле, ги бележи и евидентира социјалните претпријатија создадени од здруженија на граѓани, но и од страна на претпријатија, чијшто начин на функционирање се базира на критериумите за социјални претпријатија. Во рамки на ова истражување се вклучени и две кооперативи.

За потребите на ова истражување беа направени интервјуа со претставници на 39 регистрирани ентитети, преку квалитативно истражување со цел подлабоко да се согледа развиеноста на нивната социјална и економска димензија, како и нивната управувачка структура, а и да се согледа средината во земјава што го овозможува нивниот развој. Со цел добивање сеопфатни податоци за социјалните претпријатија беше користен полуструктуриран прашалник развиен за ова истражување.

3

АНАЛИЗА НА КАПАЦИТЕТИТЕ НА СОЦИЈАЛНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА ВО СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



3.1 ПРЕТПРИЕМАЧКА / ЕКОНОМСКА ДИМЕНЗИЈА НА СОЦИЈАЛНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА

ГЕНЕРАЛНА ДЕФИНИЦИЈА: Социјалните претпријатија имаат стабилни и континуирани економски активности, а со тоа покажуваат типични претприемачки карактеристики, кои им се заеднички со другите претпријатија (EMES, 2018).

МИНИМУМ КРИТЕРИУМ СПОРЕД ДЕФИНИЦИЈАТА НА ЕМЕС: Социјалните претпријатија мора да бидат пазарно ориентирани (најмалку 25 проценти од вкупниот годишен обрт треба да биде од економска активност).

ПРИМЕНЛИВОСТ НА КРИТЕРИУМОТ ВО МАКЕДОНСКИ КОНТЕКСТ: Генерално, постојните социјални претпријатија во Северна Македонија имаат хибридни бизнис-модел. Финансиската одржливост претставува предизвик за сите, без разлика на правната форма според која се регистрирани. Најголем дел од социјалните претпријатија се регистрирани како здруженија на граѓани и приходот од економски активности се движи од еден до 22 процента од вкупниот годишен приход. Оттука, потребно е дополнително засилување на секторот од аспект на унапредување на претприемачките вештини и промовирање на непрофитното претприемаштво како концепт, вклучувајќи и унапредување на евиденцијата за економските активности на ниво на организација.

Спроведеното истражување потврдува дека во Северна Македонија ентитетите што се препознаваат како социјални претпријатија се регистрирани според различни правни форми. Сепак, најдоминантната правна форма се здруженијата на граѓани, кои се во зачеток со развојот на претприемачките активности. Вкупно 31 од ентитетите во примерокот се регистрирани како здруженија на граѓани, дополнителни пет - како друштва со ограничена одговорност, две - како кооперативи (една како земјоделска кооператива, а втората како потрошувачка кооператива) и еден ентитет е регистриран како занаетчија.

Генерално, социјалните претпријатија во Северна Македонија се активни во потесен спектар на дејности, како што се производство и продажба на органски производи, вклучувајќи и природна козметика, домашни автентични прехранбени и други производи, рециклирање и реупотреба. Ентитетите, пак, што се активни во обезбедувањето услуги се идентификувани во дејности како нега на стари лица, деинституционализирање на лица со пречки во развојот и нивна активација, поддршка на зависници од дрога, алкохол и од хазардни игри, поддршка и едукација на бремените жени и доилки. Дел од нив се вклучени и во неформалното образование, во културата и уметноста, во издаваштвото.

Во практика, социјалните претпријатија во земјава имаат хибриден бизнис-модел и притоа приходот од економските активности зависи од правната форма на ентитетот. Речиси 70 проценти од истражуваните социјални претпријатија, покрај економските, имаат и други активности, кои се проектно ориентирани и се спроведуваат преку грантови. Ентитетите, чијшто примарен фокус е на економски активности, се тие што се регистрирани како друштво со ограничена одговорност (д.о.о.) и д.о.о.е.л. (друштво со ограничена одговорност на едно лице), кооперативите. Претставниците на социјални претпријатија во земјава со кои беше направено интервју, главно, се зависни од странска донаторска помош, односно високи 87,71 проценти работат со грантови од донатори. Постои забележливо отсуство на финансиска поддршка од страна на локалната самоуправа, Владата и од другите јавни институции.

Социјалните претпријатија што се регистрирани како граѓански организации не водат јасна евиденција во однос на приходите што ги остваруваат од економски активности. Дел од нив се на самиот почеток од своето функционирање, а некои од нив своите производи ги продаваат, главно, на базари, саеми и средствата што ги добиваат нивните производители се секогаш многу скромни и се исплаќаат во готовина. Ентитетите што беа во можност да наведат точни приходи од економски активности евидентираат приход од нив што е од еден до 22 процента.

Во рамките на примерокот, евидентирано е социјално претпријатие регистрирано како здружение на граѓани, кое учествува во спроведувањето на процесот на деинституционализација, при што 90 проценти од годишниот приход е од извршувањето на оваа услуга, чијшто купувач е Министерството за труд и социјална политика.

Добиваме финансии за спроведување на процесот на деинституционализација. За секој корисник што го деинституционализираме добиваме по 18.000 денари на месечно ниво, што е далеку од доволно за покривање на сите трошоци поврзани со тоа лице. Како организација немаме проектни капацитети.

(претставник на СП од Вардарскиот плански регион)

Вкупно 65 проценти од социјалните претпријатија со кои беше направено интервју имаат вработени лица. Постојните социјални претпријатија во земјава се мали ентитети, со мал број вработени, кој се движи од едно до пет лица. Мал е бројот на СП што вработуваат повеќе од пет лица, а уште помал на тие што вработуваат повеќе од 15 лица. Во рамките на овие ентитети се вработени вкупно 125 лица од кои 79 жени и 46 мажи, при што најголем дел од нив се на возраст од 29 до 45 години и 221 хонорарно ангажирани лица од кои дел се постојано ангажирани, дел проектно или сезонски. Овие ентитети промовираат разновидност во структурата на вработените и од аспект на етничка припадност и од аспект на образование. Во мешовитите етнички средини, структурата на вработени по националност е мешовита - Македонци, Албанци, Роми, Власи, но, сепак, доминира македонската националност. Во претпријатијата во кои има повеќе од пет вработени се забележува разновидност во однос на степенот на завршено образование - од лица без завршено средно образование, со завршено средно образование, лица со високо образование, со магистратура и докторати, но, сепак, доминира групата вработени со високо образование.

Користењето на активните мерки останува неискористен потенцијал за социјалните претпријатија во Северна Македонија. Новите оперативни планови овозможуваат мерки што можеа да ги користат ентитети со економска активност, како: практична работа, субвенционирани вработувања и поддршка за самовработување, отворање можности за работа за сите, мерка за вработување лица со инвалидност, меѓутоа тие се искористени само од страна на 30,76 проценти од истражуваните ентитети.

Обукиле што ги добивме во АВРМ беа несоодветни, не знам како не сместат за толку неук. Нивните заштитни мерки ни се пречка. Јас треба да најдам снабдувач, кој ќе ми даде профактура, која треба да ја одобрам во УНДП, ја се чека со денови и веќе не се знае дали продавачот го има тоа што ни треба на лагер. Тешка бирократија. Овде ја одобрам профактурата, јас треба да ја однесам кај снабдувачот, ја постоа се чека еден месец УНДП да даде.

(претставник на СП од Скопскиот плански регион)

Дел од социјалните претпријатија имале желба да искористат мерки, но не успеале поради бирократски пречки, недостиг од капацитети и знаења, како неисполнување на наведените услови за користење на мерките.

Нашето здружение никогаш немало вработени, но се обидува да ги засили жените сами да отворат свој бизнис. Ама има нешто проблематично кај активните мерки, мојот вечашок е дека често се злоупотребуваат и дека е договорено каде ќе бидат доделени. Жените имаат идеи и сакаат да работат, само никој не им дава шанса да се докажат. Ни треба малку поддршка од бизнис-секторот и од локалната самоуправа.

(претставничка на СП од Југозападниот регион)

Генерално, социјалните претпријатија не се конкурентни на пазарот на јавните набавки. Исклучително мал дел од социјалните претпријатија аплицираат на тендери за јавни набавки и не ги гледаат јавните набавки како извор на финансирање и на обезбедување економска одржливост.

Се регистриравме преку системот за јавни набавки, но се наоѓа во вода кога ќе се стави најниска цена. Ние работиме со ранлива категорија и имаме калово во производот.

Мораме во ценајта да ги пресметаме и асистенциите што работат со лицата со пречки.

(претставник на СП од Скопскиот регион)

Во 35 проценти од социјалните претпријатија од примерокот со кои беше направено интервју нема вработени. Дел од нив решиле да го покриваат надоместот хонорарно поради нередовноста на приходите, а некои работат на солидарна (религиозна) основа, при што кај едниот ентитет приодот да се работи само волонтерски е особено изразен.

Овде сме зајбоа што сакаме да ѝ помогнеме. Ценитарот ни ги покрива трошоците за живото, но не работиме за надомест. Ние сме христијани, го правиме ова од љубов. И јас бев зависник и, фала Богу, имало живото. Сега и ние сакаме да ѝ помогнеме, како што и нам некој ни помогнал.

(претставник на СП од Скопскиот плански регион)

Речиси 70 проценти од социјалните претпријатија во примерокот се социјални претпријатија за работна интеграција, при што обезбедуваат вработување и / или работен ангажман за ранливи категории граѓани: лица со ментални и со физички пречки, припадници на ЛГБТ заедницата, Роми, самохрани родители, жртви на семејно насилство, лица со психијатриски проблеми. Шест од нив работат на програми за поддршка, здобивање здрави животни навики и, главно, користат индивидуален пристап, а седум развиваат обуки во согласност со потребите на лицата вклучени во процесот на интеграција. Другите СП немаат структурирани програми за поддршка за ранливите лица, освен можноста што им ја даваат за работно вклучување.

Меѓу вработените имаме самохрана мајка со три деца, мајка на зависник од дрога, инфициран со ХИВ, двајца транссексуалци, кои се ошфрлени од заедницата, припадници на социјално загрозуени семејства, кои немаат никакви приходи и се без образование. Прејужно работат како помошници во кујна, мијат садови, помошници на животвачите. Говорачите и рецепционери се професионалци. Плаќањата им е минимална, како што е проишано законски, но е важно што се осигурени на цело работно време и што се активни и вработени.

(претставничка на СП од Југозападниот плански регион)

Поголемиот број од ентитетите за работна интеграција ја нагласуваат потребата од дополнителни знаења во однос на интегративните процеси.

Секогаш се потребни обуки и размена на искуства. Пред три-четири години не знаевме дека лицата со ментални пречки можат да работат, додека не ошидовме во организација во Англија и не видовме дека е можно.

(претставничка на организација од Североисточниот плански регион)

3.11 ПРЕТПРИЕМАЧКА / ЕКОНОМСКА ДИМЕНЗИЈА НА СОЦИЈАЛНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА



Слика 1: Преглед на предизвиците на социјалните претпријатија во развојот на економската димензија

Социјалните претпријатија во земјата се со значително мали капацитети за производство и за давање услуги. Поголемиот дел СП, односно 58,79 проценти развиле бизнис-планови преку поддршка на програми за развој на социјалните претпријатија во земјата, но не се водат значително во својата работа во согласност со овие документи. Мал дел од нив се задоволни од своите бизнис-планови и нагласуваат дека придонеле во развојот на нивното СП.

Имав одличен ментор, кој го избрав од листата на УНДП. Најразвиен е делот и, искрено, имаше влијание во нашата работа.

(претставник на СП од Скопскиот плански регион)

Најголемиот дел од постојните претпријатија имаат проблем со пласманот на своите производи, немаат дефинирани канали на продажба, а информацијата за нивните производи и услуги често се пренесува од човек на човек, без развиена стратегија за продажба. Повеќе од една половина од претпријатијата со кои беше направено интервју не се задоволни од својата продажба. Ограничените инфраструктурни и човечки ресурси, како и недостигот од машини, главно, ги оневозможува да ги постигнат своите планови. Најголемиот број од ентитетите што не се задоволни од продажбата на своите производи и услуги се повеќе насочени кон добивање донации, отколку кон развој на економските активности.

Поголемиот дел од постојните СП наведуваа дека немаат капацитет за поголемо производство и продажба или испорака на услуга. Тие, пак, што имаат капацитет објаснуваат дека остануваат на истото ниво на продажба поради неможност да ги пласираат производите и услугите. Како дополнителни пречки за нивниот развој ги наведуваат недостигот од инвестиции во социјалната економија, а кој сметаат дека можат да го добијат од општината, недостигот од човечки ресурси, недоволното знаење за развивање бизнис, недоволниот маркетинг и промоција, но и пасивноста од нивна страна, односно несоодветното развивање на економските активности и зависноста од грантови. **Од друга страна, пак, само 20 проценти од социјалните претпријатија јасно наведуваат каква инвестиција им е потребна**, како купување машини, отворање основен или дополнителен погон за производство, отворање лабораторија со сертификат и отворање магацин со соодветни услови за складирање.

Вкупно 74,35 проценти од социјалните претпријатија со кои беше направено интервју не ја препознаваат важноста од градење бренд или објаснуваат дека немаат време за таква активност покрај другите активности со кои се занимаваат. Мал дел од нив, односно само 15,38 проценти од примерокот, сами се обидуваат да направат чекори во оваа насока, иако не постои јасно разбирање на потребата, а, во исто време, укажуваат и на финансиски ограничувања. Социјалните претпријатија во земјава, главно, се рекламираат на социјалните медиуми, односно вкупно 56,41 проценти од нив. Многу мал дел од нив користат и алатки за односи со јавноста. Нагласуваат дека од човек на човек е најуспешна маркетиншка стратегија. Мал број меѓу нив изработуваат брошури и летоци со своите производи и услуги.

Генерално, кај истражуваните социјални претпријатија отсуствува визионерство и лидерство. Постои отсуство на свест дека претприемаштвото што го практикуваат е, всушност, новото лидерство, кое има капацитет да го менува локалниот развој во земјава. Тие наведуваат дека им е потребна финансиска поддршка за подобро да го развијат бизнисот, но не можат до крај јасно да објаснат стратегиски како ќе го одржат својот бизнис. Дел од нив, пак, имаат свои визији, но се пасивни во реализацијата на своите идеи. Ова се, главно, помали организации задвижени од лица што паралелно работат (се вработени) во други ентитети или, пак, организации, кои претежно работат со грантови, а се обидуваат да развијат и свој економски дел.

3.2 СОЦИЈАЛНА ДИМЕНЗИЈА

ГЕНЕРАЛНА ДЕФИНИЦИЈА: Социјалната димензија е дефинирана со целта на ентитетот и / или со испорачаниот производ / услуга.

ЦЕЛ: Социјалните претпријатија мора да имаат експлицитно дефинирана општествена цел, да ѝ служат на заедницата или на специфична целна група. Терминот „општествена“ треба да се разгледува во поширока смисла и да вклучува обезбедување културни, здравствени и образовни услуги, како и услуги за заштита на животната средина. Преку промовирањето на општиот интерес, СП ја надминуваат традиционалната ориентација кон сопствениците и акционерите.

ПРОИЗВОД: Во случај кога СП не создава производ преку социјална и работна интеграција на ранливи категории граѓани, тоа мора да обезбеди производ / услуга што има општествена вредност.

МИНИМУМ КРИТЕРИУМ СПОРЕД ДЕФИНИЦИЈАТА НА ЕМЕС: Општествената цел мора да биде јасно дефинирана во националното законодавство, во статутот на СП или во други соодветни документи.

ПРИМЕНЛИВОСТ НА КРИТЕРИУМОТ ВО МАКЕДОНСКИ КОНТЕКСТ: Општествената димензија на социјалните претпријатија, всушност, е најразвиената од трите димензии според кои се обележуваат социјалните претпријатија во Северна Македонија. Речиси 56,41 проценти од истражуваните социјални претпријатија имаат двојна општествена мисија, односно истовремено го посочуваат проблемот со неинклузивен пазар на труд и со невработеност на различни ранливи групи и придонесуваат во зачувување на животната средина.

Мисиите на социјалните претпријатија во Северна Македонија се во насока на остварување општествена промена и создавање еднакви можности за целните групи со кои работат. Речиси 56,41 проценти од истражуваните социјални претпријатија имаат двојна социјална мисија, односно истовремено го посочуваат проблемот со неинклузивен пазар на труд и со невработеност на различни ранливи групи и придонесуваат во зачувување на животната средина. Активностите во областа на заштита на животната средина се движат од одгледување и продажба на хемиски нетретирана храна, решавање на вишокот храна, облека и мебел што завршуваат во отпадите, рециклирање пластичен отпад и подигнување на свесноста за животната средина преку неформално образование. Другите социјални претпријатија се фокусирани кон давање услуги како сервиси за помош и за поддршка на родилки, на лица од трета доба, на бездомни кучиња, влијаат на намалување на обележаноста во однос на проблемите со менталното здравје, на намалување на дискриминацијата кон лица со пречки во развојот, на подигнување на свеста за зачувување на традицијата. **Оттука, може да се заклучи дека постојните социјални претпријатија во земјава работат на решавање на постојните општествени проблеми и на обезбедување на потребните сервиси на локално ниво.** Притоа, идентификуваните социјални претпријатија уште во самиот развој се водени од својата мисија. Речиси 65 проценти од истражуваните социјални претпријатија мотивот за своето основање го идентификуваат во потребата да се интегрираат и да се засилат економски неактивни граѓани, како жени, самохрани родители, лица со пречки во развојот, лица со проблеми во менталното здравје, Роми, социјално загрозени граѓани итн. Еден дел од социјалните претпријатија се развиени од страна на припадниците на самите ранливи групи, што укажува на една од динамиките на развој на социјалните претпријатија, која се однесува на капацитетот на општеството да се самоорганизира.

Маргинализацијата кај самохраниите родителите, главно, е резултат на економски проблем. Тој е клучен. Овие семејства се економски слаби поради игнорирањето од државните институции. Единствен начин за нивно засилување е давање шанса да бидат вклучени во економска активност.

(претставник на СП од Скопскиот плански регион)

Многу од жените не работеле цел живот, се занимавале со земјоделство, сега се зависни од мажот. Жената работела, но нема ниви на свое име, не здобила право, не плаќала придонеси и е издржувано лице. Многумина ми се жалеа дека им пререкуваат за сè и сешто, за сè што ќе попоштаат, а цел живот работат, ја размислуваат како може тие жени да земат некој денар плус. Го видов оglasот на „Смарт сити“ и се пријавив. Сега ја развивам приказната за економско засилување на жените што работат во земјоделството, а се зависни од своите мажи.

(претставник на СП од Југоисточниот плански регион)

Лицата со пречки со кои работиме имаат најразлични вештини, но тие се неискористени. Кога би се ставиле во програми за професионална рехабилитација, кога би се обучиле за одредена работна вештина, можат да излезат на отворениот пазар на труд. Затоа ни е потребно нашето социјално претпријатие. Тие лица, пак, на кои им е потребна помош и поддршка, тие ќе останат да дејствуваат во рамки на социјалното претпријатие.

(претставник на СП од Североисточниот плански регион)

3.3 ДОБРО УПРАВУВАЊЕ

ГЕНЕРАЛНА ДЕФИНИЦИЈА: За да се идентификуваат потребите и да се вклучат сите соодветни фактори во дизајнот на соодветни решенија, социјалните претпријатија треба да имаат специфична сопственичка структура и модели на управување, кои овозможуваат учество на засегнатите страни на различни нивоа. СП експлицитно ја ограничуваат дистрибуцијата на профитот и постои забрана за пренесување имот. Ограничувањето на дистрибуцијата на профитот има цел да обезбеди заштита на генералниот интерес и тој може да биде операционализиран на повеќе начини (ЕМЕС, 2018).

МИНИМУМ КРИТЕРИУМ СПОРЕД ДЕФИНИЦИЈАТА НА ЕМЕС: СП мора да осигурат дека интересите на сите засегнати страни се соодветно застапени во процесот на донесување одлуки.

ПРИМЕНЛИВОСТ НА КРИТЕРИУМОТ ВО МАКЕДОНСКИ КОНТЕКСТ: Во Северна Македонија отсутствуваат општествено препознавање на доброто управување како концепт и општествени капацитети за негово спроведување. Доброто управување формално се практикува само на ниво на ентитети кај кои законската рамка според која се регистрирани го наложува тоа, како што е случајот со Законот за здруженија и фондации и Законот за задругите.

Генерално, доброто управување во социјалните претпријатија во Северна Македонија зависи од правната форма според која се регистрирани. СП регистрирани како здруженија на граѓани, во истражувањето тоа се 69,23 проценти од ентитетите, применуваат принципи на добро управување во согласност со законската рамка, како: собрание, управен одбор, претседател на здружението и / или извршен директор, а некои организации имаат и надзорен одбор. Сепак, повеќе од една половина од ентитетите објаснија дека некои од телата им постојат формално и дека во практика се соочуваат со недостиг од човечки капацитети за овие тела да функционираат.

Правната форма, исто така, ги регулира и другите принципи на доброто управување, како забрана за пренесување на имотот на правниот субјект, регулација и дистрибуција на профитот. Законската рамка за здруженијата на граѓани и фондации и законската рамка што го уредува работењето на задругите забрануваат пренесување на имотот. Другите социјални претпријатија, кои работат според Законот за трговски друштва, немаат вакви ограничувања во однос на пренесувањето имот. Дополнително, во Северна Македонија ниту една од постојните законски рамки не го регулира соодносот на платите меѓу менаџментот и вработените, со што не постојат механизми за регулирање на индиректната дистрибуција на профитот. Во земјава само здруженијата на граѓани и фондациите имаат експлицитна забрана за дистрибуција на профитот кон менаџментот и стејхолдерите. Профитот, во согласност со законот, мора да биде реинвестиран за остварувањето на мисијата. Задругите, пак, во согласност со Законот за задругите, дел од остварената добивка може да ја распределат и за некоја друга цел, при што секоја година најмалку пет проценти од добивката мора да се внесе во резервниот фонд на задругата.

Генерално, кај социјалните претпријатија со кои беше направено интервју отсутствуваат внатрешни процедури за регулирање на внатрешното управување и на донесувањето одлуки. Само поголемите социјални претпријатија, кои имаат и свои вработени, имаат развиени процедури, но дел од нив нагласуваат дека не успеваат секогаш да ги спроведат во практика.

Имаме многу процедури. Дел од нив ги практикуваме, а дел тешко ги прифаќаме. Македонска работа, знаеш, како што се почитуваат законите во државата, така и процедурите во организациите.

(претставник на СП од Југоисточниот плански регион)

Ентитетите регистрирани како д.о.о. и д.о.о.е.л. имаат јасна социјална мисија, сопственик или сопственици, чијашто цел е создавање одржлив бизнис, но ниту еден од нив нема развиено процедури за партиципативно управување и за нив овој концепт останува неискористен и препознатен потенцијал.

Поголемиот дел од истражуваните ентитети, односно 71,79 проценти, немаат дефинирана организациска структура, систематизација на работни места и мерење на карактеристиките на вработените. Тие што имаат развиена организациска структура се, главно, поголеми здруженија на граѓани со јасно дефинирани стратегиски цели, кооперативи, но и ентитети регистрирани како фирми.

Социјалните претпријатија со кои беше направено интервју ја препознаваат важноста од градењето партнерства со претставниците од локалната самоуправа, централната власт, верските заедници и бизнис-секторот. 51 процент од социјалните претпријатија имаат соработка со **локалната самоуправа**, како поддршка во градење на капацитетите на локално ниво и на спроведувањето инклузивни програми. Само три општини во континуитет, на годишно ниво, обезбедуваат финансиска поддршка за активностите на социјални претпријатија што работат со ранливи лица и кои паралелно развиваат и економски активности во кои ги вклучуваат овие лица.

Вкупно 30 проценти од претпријатијата успеале да развијат соработка со **централната власт**, која, главно, се базира на учество во работни групи и тела, пред сè, во областа на социјалната политика, работа на стратегиски документи и создавање политика. Пет проценти од социјалните претпријатија соработуваат со Министерството за труд и социјална политика, односно Министерството плаќа / кофинансира за услугата што ја даваат овие ентитети. Дополнителни 7,6 проценти од овие ентитети остваруваат соработка со Министерството за култура, а уште пет проценти со Министерството за економија.

Само 10 проценти од социјалните претпријатија имаат добра соработка со **верски организации**, кои се однесуваат на доделување обработливо земјиште за користење, донации на храна и на облека, обезбедување парични средства за активности.

33 проценти од СП, пак, имаат одредена соработка **со претпријатија**, но само кај 10 проценти од нив таа соработка е континуирана.

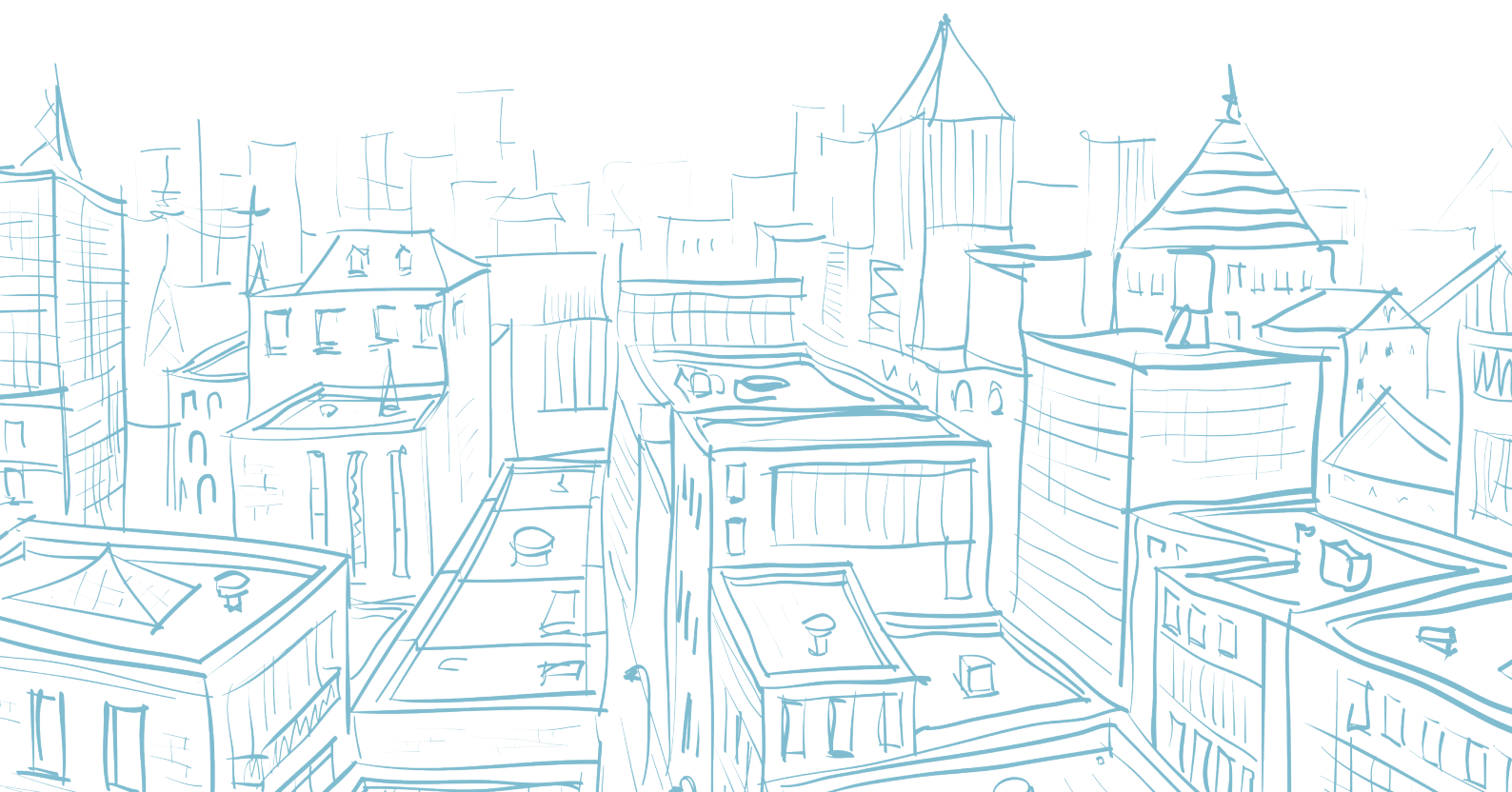
Локалниот бизнис не само што вработува наши корисници, кои притоа биле активни во нашето СП, туку често ни носи и храна, средства за хигиена, ручек, донира работни материјали.

(претставник на СП од Југозападниот регион)

Меѓусебната соработка на социјалните претпријатија сè уште е на основно ниво. Тие, главно, се здружуваат со цел застапување и лобирање за заеднички цели, размена на услуги и на производи, обезбедување промоција на производи и на услуги, се вклучуваат во заеднички активности, споделуваат простории за работа, си помагаат во градењето капацитети, остваруваат партнерства при продажба. Дел од нив објаснуваат дека меѓусебно се поддржуваат, но немаат никаква конкретна и јасно дефинирана соработка меѓу себе. Од друга страна, пак, искуствата од другите земји во Европската унија потврдуваат дека вмрежувањето и постоењето механизми на поддршка на социјалните претпријатија што се немонетарни се од големо значење за нивното влијание. Оттука, формирањето национална мрежа на социјални претпријатија треба да биде приоритет.

4

ГРАДЕЊЕ НА КАПАЦИТЕТИТЕ НА СЕКТОРОТ: ПРЕДИЗВИЦИ И ПОТРЕБИ



Социјалните претпријатија од осумте региони ја увиделе потребата од градење на своите капацитети и 95 проценти од нив посетувале обуки за развој. Како ефикасни за својот институционален развој ги оценуваат студиските посети и директните консултации, односно менторски средби. Дел од обуките што ги посетувале ги оценуваат како неефикасни нагласувајќи дека се повторуваат, се фокусираат на само на еден сегмент (земање предвид на бизнис-компонента, без да се има предвид општествената мисија).

Кога ќе им кажеме дека не може така, дека работиме социјално претприемаштво, тие беа на страната на цврст кантинализам, со тоа дека треба да им ги земеме парите на клиентите. Ние одговараме дека во тој случај би се занимавале со нешто друго, а дека нашите приказни се поинакви.

(претставник на СП од Скопскиот плански регион)

Нагласуваат дека се зголемува бројот на достапни обуки за развој на капацитетите на секторот, меѓутоа истовремено го нагласуваат отсуството на поддршка во согласност со тековните потреби, пречки и предизвици.

Сега ми треба само финансиска помош, ништо повеќе од тоа. Мислам дека треба да јауваме со зборување, знаеме кои сме и треба да работиме. Сите се јавуваме на исти места и идејата пак си ја кажуваме сами. Сега ми е бидно дали има некој што ќе ги поддржи идеите, тие треба да се спроведуваат.

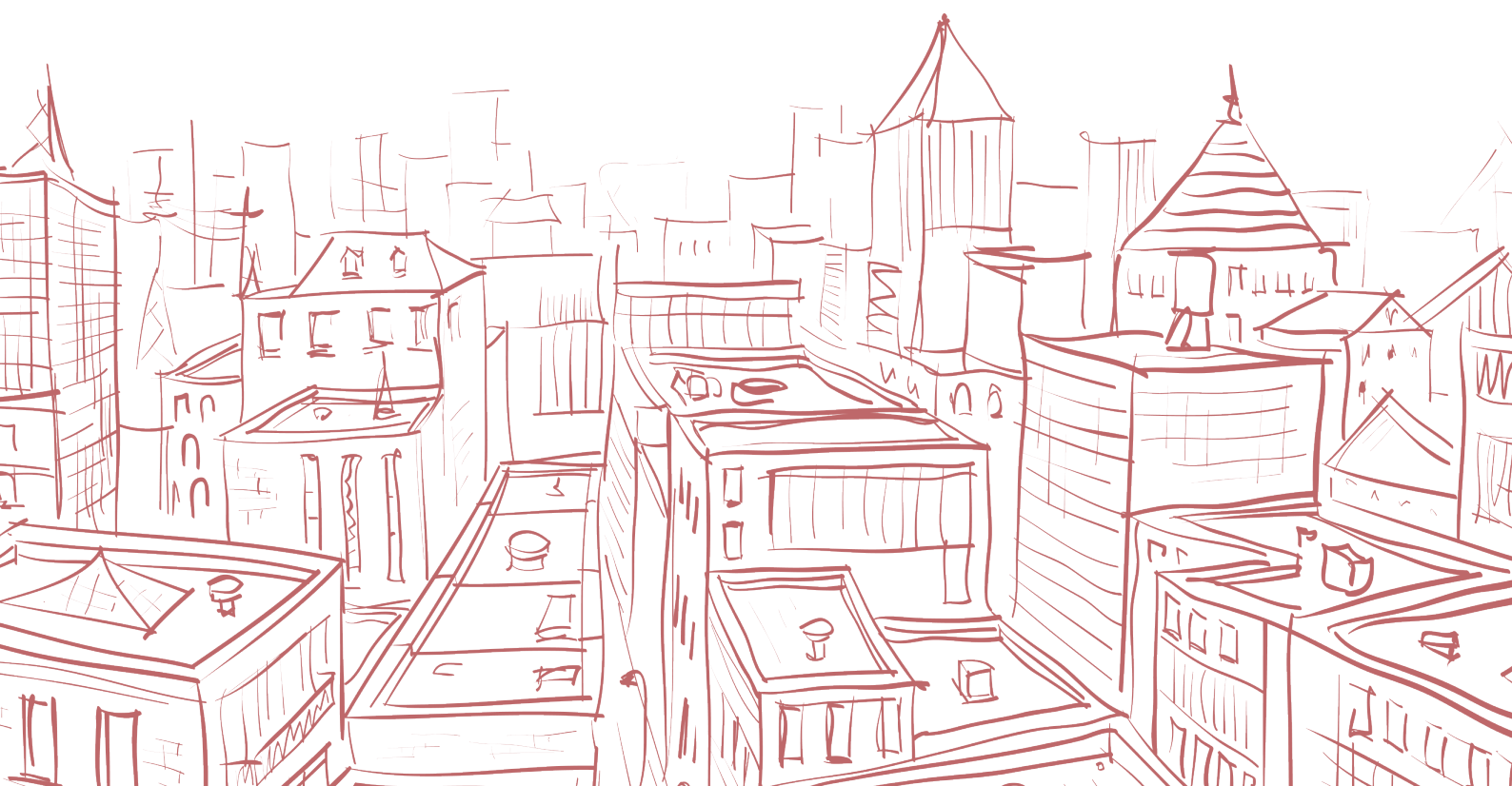
(претставник на СП од Скопскиот плански регион)

Дел од социјалните претпријатија имаат проекции во кој сегмент треба да се надградуваат: планирање и развој на бизнисот, маркетинг, комуникации и односи со јавноста, создавање препознатливо име, продажба преку интернет, правни форми и можности, а некои ја нагласуваат и потребата од усовршување во областа во која дејствуваат - органско производство со сертификат, управување отпад и циркуларна економија, развој и професионално унапредување на целната група, доедукација и преквалификација на возрасни, како и стручни знаења за медицинска помош на зависници при кризни ситуации. Како главни пречки ги посочуваат недостигот од инвестиции во областа, незаинтересираноста на државата да дава бенефиции за работата на овие ентитети (да одделува буџет за придонеси и / или за простор), недостиг од правна рамка, недостиг од свест кај јавноста, недостиг од човечки ресурси.

Многу закони треба да се изменат и институциите да станат поопшторени за СП. Сега, граѓанскиот сектор знае што е социјално претпријатие, но не и институциите. На пример, јас треба да направам елаборат за безбедност при работа за секој корисник. Работам со ранливи категории, ама како краен корисник имам и дедо што има широка кука. Дали имам катациите да направам елаборат за безбедност при работа за секој корисник? Инспекторите, пак, си работат според нивни план во кој нема посебни елементи за социјални категории.

5

ЗАКЛУЧОК



Спроведеното истражување што е предмет на оваа анализа потврдува дека постојните социјални претпријатија се соочуваат со многубројни предизвици, кои почнуваат од процесот на регистрација, па сè до обезбедување финансиска одржливост, отсуство на човечки капитал и капацитети што ќе ги направат конкурентни на отворениот пазар, отсуство на политичка препознаеност, иновативни финансиски инструменти, како и механизми за поддршка во согласност со фазата на развој во која се наоѓаат. Неопходно е унапредување на капацитетите на социјалните претпријатија во насока на зголемување на нивната конкурентност на јавните тендери, во спротивно, предвидените резервирани набавки во новиот Закон за јавни набавки ќе останат неискористена можност и потенцијал. Дополнително, на социјалните претпријатија треба да им се обезбеди пристап до поширок сет услуги, кои ќе овозможат нивна подготовка за инвестиции.

ЕКОНОМСКА ДИМЕНЗИЈА

Доминантна правна форма на ентитетите што се препознаваат како социјални претпријатија во Северна Македонија е здружение на граѓани каде што во зачеток е развојот на претприемачките активности. Дополнително, се сретнуваат форми на друштва со ограничена одговорност и кооперативи и само мал дел се занаетчии. Постојните социјални претпријатија во земјава се мали ентитети, со мал број вработени, кој се движи од едно до пет лица. Мал е бројот на ентитетите што вработуваат повеќе од пет лица, а уште помал на тие што вработуваат повеќе од 15 лица. Во рамките на овие ентитети почесто се вработени жени, отколку мажи, при што најголем дел од нив се на возраст од 29 до 45 години. Бројот на лица што се хонорарно ангажирани, од кои дел се постојано ангажирани, дел проектно или сезонски, е поголем од лицата што се вработени.

Социјалните претпријатија во земјава со кои е направено интервју, главно, се зависни од странска донаторска помош. Отсуствува соодветна поддршка од Владата, јавните институции и од локалната самоуправа. Користењето на активните мерки останува неискористен потенцијал за постојните социјални претпријатија. Само една третина од истражуваните ентитети користеле активни мерки за вработување, и тоа за практична работа, субвенционирано вработување и за поддршка за самовработување, отворање можности за работа за сите, мерка за вработување лица со инвалидност.

Најголемиот дел од постојните социјални претпријатија имаат проблем со пласманот на своите производи, немаат дефинирани канали на продажба, а информацијата за нивните производи и услуги често се пренесува од човек на човек, без развиена стратегија за продажба. Ограничените инфраструктурни и човечки ресурси, како и недостигот од машини, главно ги оневозможува да ги постигнат своите планови. Генерално, социјалните претпријатија не се конкурентни на пазарот на јавните набавки. Исклучително мал дел од нив аплицираат на тендери за јавни набавки и не ги гледаат јавните набавки како извор на финансирање и на обезбедување економска одржливост.

СОЦИЈАЛНА ДИМЕНЗИЈА

Социјалната димензија на овие ентитети, всушност, е најразвиената од трите димензии. Една половина од истражуваните социјални претпријатија имаат двојна социјална мисија, односно истовремено го третираат проблемот со неинклузивен пазар на труд и невработеност на различни ранливи групи и, од друга страна, придонесуваат за зачувување на животната средина. Кај најголем дел од социјалните претпријатија со кои беше направено интервју, социјалната мисија може да се идентификува во самиот мотив за развој на претпријатието. Притоа мотивите се идентификуваат во потребата да се интегрираат и да се засилат економски неактивни граѓани, како жени, самохрани родители, лица со пречки во развојот, лица со психијатриски нарушувања, Роми, социјално загрозувани граѓани итн. Дел од нив се создадени од лица што се на маргините, што укажува за динамиката на развој на социјалните претпријатија и за капацитетот на општеството за самоорганизација.

ДОБРО УПРАВУВАЊЕ

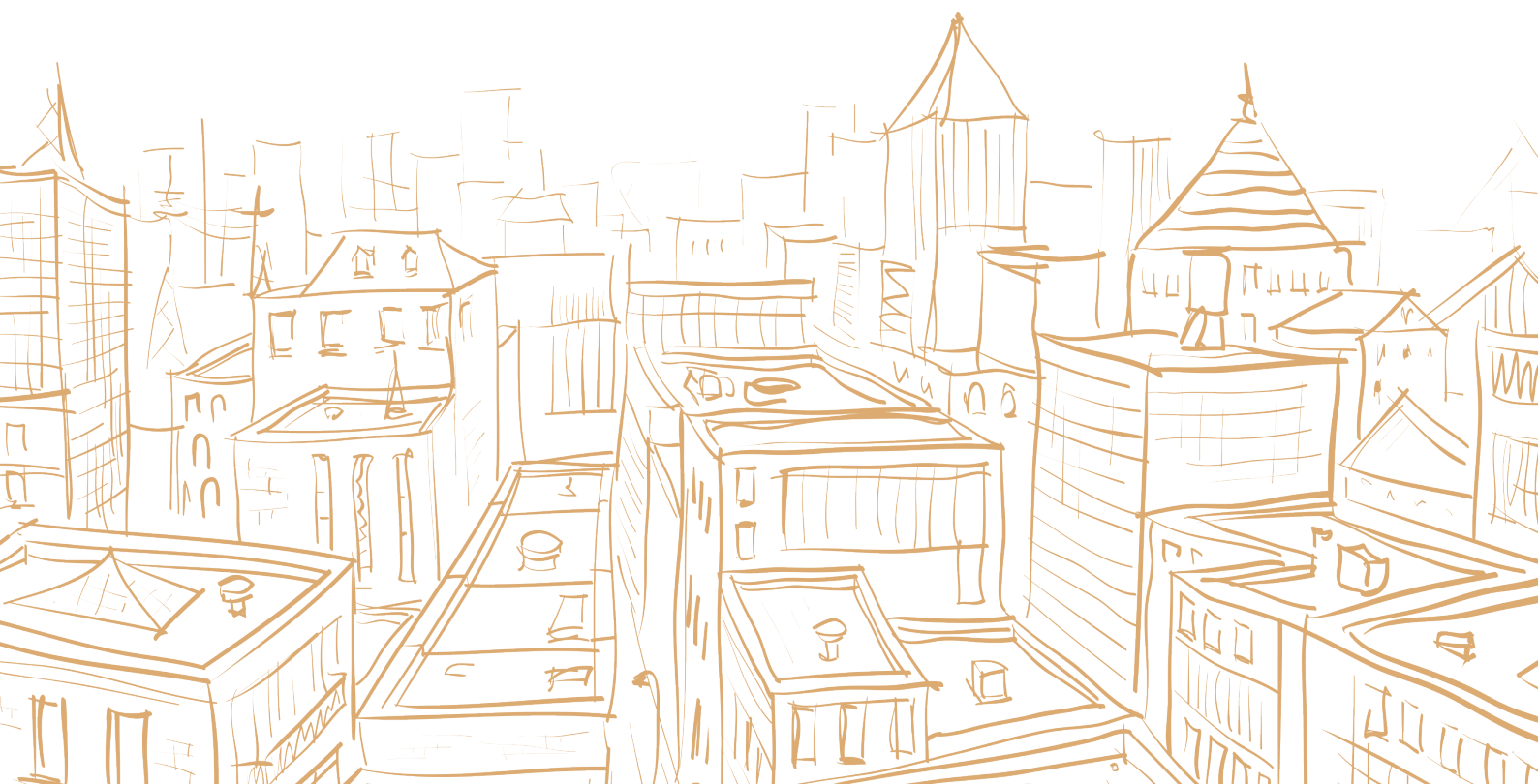
Меѓу истражуваните ентитети отсуствува препознавање на доброто управување како концепт и на општествените капацитети за негово спроведување. Истражувањето потврдува дека доброто управување формално се практикува кога законската рамка го наложува тоа.

Оттука, доброто управување не се применува како неодвоив дел на квалитетот на работа и на давањето услуга / производ.

Принципите на доброто управување, како дефинирана управувачка структура, забраната за пренесување на имотот на правниот субјект и дистрибуцијата на профитот се практикуваат само во обем наложен од законската рамка според која функционира ентитетот. Меѓутоа, истражувањето потврдува и дека дури и кога доброто управување е наложено од законската рамка, тоа во практика не се спроведува секогаш целосно, пред сè, поради отсуство на човечки капацитети и препознавање на вредноста од страна на менаџментот. Социјалните претпријатија регистрирани како здруженија на граѓани имаат најсилно изразени принципи на добро управување.

6

ПРЕПОРАКИ



6.1 ПРЕПОРАКИ ЗА ЈАВНИТЕ ПОЛИТИКИ

- 1) Создавање позитивна законска рамка, која ќе го регулира процесот на добивање статус за социјално претпријатие во Северна Македонија;
- 2) Кохеренција на политиките на донаторите и на политиките на Владата;
- 3) Создавање позитивна даночна политика и фискални бенефиции за препознаените правни форми на социјални претпријатија;
- 4) Мониторинг на спроведувањето на резервираните набавки предвидени во новиот Закон за јавни набавки, чијашто примена е предвидена од април 2019 година;
- 5) Создавање иновативни финансиски инструменти за поддршка на социјалните претпријатија;
- 6) Создавање фонд на Владата за поддршка на социјалните претпријатија;
- 7) Приспособување на активните мерки за вработување кон потребите на социјалните претпријатија;
- 8) Развој на кредитни линии за СП, кои ќе ги охрабрат кон инвестициски чекори за финансиска одржливост (ниска камата, грејс-период од две до пет години);
- 9) Поттикнување партнерство и вмрежување на локално ниво, општина и меѓу социјалните претпријатија во одреден регион;
- 10) Транспарентност во јавната политика за социјалните претпријатија, вклучувајќи и активните мерки насочени кон СП.

6.2 ПРЕПОРАКИ ЗА ТРАДИЦИОНАЛНИОТ БИЗНИС (САМО ЗА ОРИЕНТИРАНИ КОН ПРОФИТ)

- 1) Вклучување на социјалните претпријатија во систем на набавка на репроматеријали, преработка на делови, outsourcing, транспорт и слично на традиционалниот бизнис;
- 2) Размена на искуства со социјалните претпријатија во однос на бизнис-планирање, односи со јавноста, создавање препознатливо име, освојување пазари, комуникација и грижа за клиенти и др.;
- 3) Меѓусебно партнерство на социјалните претпријатија и на традиционалниот бизнис во развој на иновации.

6.3 ПРЕПОРАКИ ЗА СОЦИЈАЛНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА

- 1) Проширување на опсегот на дејствување во поголем број општествени сфери каде што има неопходност и простор за приватни оператори;
- 2) Користење финансиски инструменти (активни мерки, кредити) што се приспособени на условите на дејствување на социјалните претпријатија во земјава и споделување позитивни приказни со цел охрабрување поголем број ентитети;
- 3) Развој на планови за одржливост на социјалните претпријатија;
- 4) Развој на систем за менторство на социјалните претпријатија;
- 5) Примена на практика за добро управување;
- 6) Развој на национална мрежа на социјалните претпријатија за создавање знаење за практиката и за општественото влијание на овие ентитети.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

Sivcev, B. & Randelovic, V. (1966) The cooperative movement in Yugoslavia. Belgrade, pp.28-40.
Закон за јавните набавки: http://www.bjn.gov.mk/wp-content/uploads/2019/02/ZJN_Sluzben-vesnik_24-2018-od-01.02.2019.pdf

Trajkovski, I., Nikolovska, N., Kekenovski, L., Cvetkoski, C., Ivanov, G., Donevska, M., Pluskovski, V., Acevski, I. & Kartalov, H. (1999) National human development report. Macedonia 1999. Civil society in transition. Skopje: UNDP, pp.11-13. Available at: http://hdr.undp.org/sites/default/files/macedonia_1999_en.pdf (Last accessed on 6 March 2018).

Ilijevski, K., & Iloska, A. (2018). Social enterprises and their eco-systems in Europe: Country fiche- Former Yugoslav Republic of Macedonia. Luxembourg: European Commission. Retrieved from <http://public.org.mk/wp-content/uploads/2018/12/Social-enterprises-and-their-ecosystems-in-Europe.-Country-fiche.-Former-Yugoslav-Republic-of-Macedonia-1-1.pdf>

