



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



PINOLO

*Професионално обучение за безработни
артисти*

ДОГОВОР НОМЕР – 2020-1-UK01-KA204-079024

Програма Еразъм+

Ключова дейност 2: Стратегически партньорства

IO1 – PINOLO Ръководство за социален бизнес
(ПРСБ)



iasis



Center for Social
Innovation
www.csi2020.com



Le Portage Salarial



labien paga
espacio escénico

evolve



„Podkrepa na Evropejskata komisiya za izgotvyaneto na тази publikatsiya ne oznachava odobrenie na sŭdržhaniето, koeto otrazyava vŭzgledite samo na avtorite, i Komisiyata ne mozhe da bŭde dŭrzhana otgovorna za kakvoto i da e izpolzване na informatsiyata, sŭdŭrzhashta se v neya .”

ИНДЕКС

Кратко обобщение на проектните цели	3
Въведение – PINOLO Ръководство за социален бизнес (ПРСБ)	4
Партньори в проекта	5
Доклади за актуалното състояние	8 – 128
Теми:	129
1. Творческата личност	129
2. Да работим заедно	132
3. Ценете креативността	134
4. Разработвайте бизнеса – не работете ЗА него!	137
5. Направете така, че хората да научат какво правите!	141

Кратко обобщение на целите на проекта

PINOLO е проект за трансевропейско сътрудничество, финансиран по програма "Еразъм+" в рамките на Ключова дейност 2: Проекти за стратегически партньорства, целящ да развие предприемачески умения у безработни творци.

Основната цел на проекта PINOLO е да предостави на безработните творци специфични умения, които да им дадат капацитет в областта на социалното предприемачество, да подобри техните компетенции и впоследствие възможностите им за заетост, както и да ги насърчи да предприемат социално-предприемачески инициативи.

Директната целева група са безработните артисти и творци, но от този иновативен проект и неговите материали ще се възползват и обучители, организации за кариерно консултиране, съветници и всички професионалисти, работещи в областта на изкуството или подкрепа за заетост.

Целите на проекта са следните:

- Да запознае творците с уникални материали за обучение и да им помогне да оценят стойността на ученето чрез преживяване и образованието за възрастни.
- Да предлага специализация на професионални творци, които са безработни
- Да им предоставя инструменти, с които да се впуснат в инициативи за социално предприемачество и възможности за заетост
- Да ги вдъхновява да продължат да експериментират с нови техники и да подобряват уменията и квалификацията си
- Да оказване на влияние върху създателите на политики в цяла Европа чрез подобряване на условията на пазара на труда и създаване на нови възможности за работа.
- Да повлияе на цялата общност, като определи изкуството като един от най-добрите начини за изразяване, който може да се използва и в образователната среда.

- Да повиши осведомеността за дискриминацията, с която се сблъскват безработните хора в обществото и да насърчи тяхното социално, икономическо и професионално приобщаване.

Проектните инструменти/материали са:

- IO1 - PINOLO Ръководство за социален бизнес (ПРСБ)
- IO2 - PINOLO Наръчник за обучение основан на инструментариума на изкуството в образованието и принципите на образованието за възрастни
- IO3 - Обучителна платформа и Онлайн курс за обучение, които ще се използват като инструменти за обучение и средства за комуникация.

Въведение - PINOLO Ръководство за социален бизнес

Проектът PINOLO има за цел да предостави на своите участници всички необходими знания, като основната цел е да им помогне да развият своя потенциал и да станат социални предприемачи. Чрез този първи резултат творците ще бъдат насърчени да заемат активно и конструктивно отношение към собствения си живот и потенциал и да се впуснат в социални бизнес инициативи, които ще бъдат от полза за тях самите и за техните общности.

Ръководството ще предложи ясно разбиране на контекста и настоящата ситуация в Европа и ще се основава на специфичните нужди и желания на безработните творци, за да им помогне да се превърнат в социални предприемачи. Включен е доклад за актуалното състояние на всеки партньор по отношение на социалната икономика и различните структури и аспекти на инициативите за социално предприемачество в неговата страна. Всеки партньор проведе задълбочено проучване, за да опознае настоящата ситуация по отношение на предизвикателствата, пречките, възможностите и нуждите на целевата група в своята страна по отношение на социалната икономика и различните правни форми и структури на инициативите за социален бизнес. Проучването включваше онлайн търсене на статии и публикации, свързани със социалната икономика и инициативите за социално предприемачество. Проучването обхваща и примери на успешни социално-предприемачески начинания и тъй като партньорството включва две организации, базирани в Обединеното кралство, всяка от тях се фокусира върху конкретна област - i.) актуалното състояние в Обединеното кралство и ii.) пример на успешен социален бизнес. Тези проучвания ни помогнаха да установим ясна изходна база във всяка страна, както и рамка за качество.

Всеки национален доклад включва и резултата от проучването за анализ на нуждите, проведено с първоначалните фокус групи, при което всяка страна партньор работи с група безработни артисти/творци, за да разбере какво според тях им липсва в предприемаческите умения и какви са пречките и проблемите, с които се сблъскват. В рамките на сесиите за анализ на потребностите на фокус групите бяха включени както затворени, така и отворени въпроси, за да се осигурят качествени отговори и да се установят ефективно възникващите проблеми. Въз основа на проучванията и отговорите на фокус групите определихме възникващите проблеми и как да подкрепим творците да станат предприемачи. Те са разгледани в настоящото Ръководство и са свързани със съответните дейности за обучение в рамките на другите аналитични резултати от проекта - Наръчника за обучение IO2 и Онлайн ресурса за обучение IO3, които също са разработени и оформени въз основа на резултатите от анализа на потребностите.

Ръководството ще бъде на разположение на английски език и на всички езици на партньорите, ще бъде изготвен в електронна форма (E-Book) и ще бъде качен на онлайн обучителната платформа PINOLO. То ще бъде достъпен тук за участниците в проекта и ще бъде на разположение на широката общественост чрез уебсайта на проекта и различни канали на социалните медии (Facebook, Twitter, LinkedIn).

ПАРТНЬОРИ



SAFE Regeneration (SAFE) е водещата организация и има над 20-годишен опит в разработването и предоставянето на творчески програми, които имат общественополезни резултати, носят добавена стойност на проектите и общностите, в които се осъществяват, като същевременно подпомагат финансово творческите специалисти. Освен това SAFE предоставя изключително успешна програма за подкрепа на стартиращи предприятия, която насърчава хората да се съсредоточат върху създаването на устойчив бизнес план, като ги превежда през процеса на създаване на социално предприятие и им помага да си осигурят безвъзмездно финансиране и търговски поръчки.

При разработването на този проект SAFE обедини общоевропейско партньорство от организации, които имат богат и разнообразен опит в работата в областта на личностното и творческото обучение. Партньорите



по проекта отлично разбират контекста на използването на изкуството като инструмент за социална ангажираност и са вложили своите специфични умения, за да подобрят и доразвият предприемачеството у творците в полза на общностите из целия континент.

Партньорството се състои от:



IASIS е неправителствена организация с нестопанска цел, работеща в областта на социалното приобщаване, психичното здраве и деинституционализацията, която активно участва в психиатричната реформа, насърчавана от Министерството на здравеопазването и социалната солидарност и Европейския съюз. Основната цел на IASIS е да предоставя психосоциална подкрепа и обучение на хора, които са изложени на риск от изключване, както и на възрастни, обучаващи се в хуманитарната сфера. Опитът, който IASIS е натрупал в рамките на европейските проекти, е довел до създаването на ЦЕНТЪР ЗА ОБУЧЕНИЕ НА IASIS, в който опитни изследователи споделят знанията си за различни национални и европейски контексти с обществеността чрез програми за обучение, където имат възможност да разработват, прилагат, пилотират и оценяват инструменти и методологии за обучение.



Center for Social
Innovation

Center for Social Innovation (CSI) е организация за научноизследователска и развойна дейност, която се фокусира върху насърчаването на социални иновации, които могат да доведат до положителна промяна в местен, национален, регионален и глобален контекст. Убедеността на CSI е, че четирите стълба на социалното взаимодействие, образованието, развитието и икономическата рационализация, съчетани с фундаментално разумни и устойчиви решения - както и прекъсването на рационализирани решения на системните социални проблеми, могат да доведат до творчески решения, които оказват влияние върху значителна промяна на социалната структура на всяко общество. Екипът на CSI се състои от непредубедени, напълно оборудвани изследователи, преподаватели, обучители по ПОО (професионалното образование и обучение), социални предприемачи, ръководители на проекти и разработчици на информационни технологии, което им дава възможност и капацитет да идентифицират социалните

нужди, да разработват и прилагат адаптирани инициативи и проекти и да осигуряват устойчив растеж.



Le Portage Salarial

ITG Conseil (ITG) е дружество с ограничена

отговорност със стопанска цел, което има за цел да допринесе за местното социално-икономическо развитие, като работи на национално и международно равнище в областта на научните изследвания и обучението и като предоставя техническа помощ на публични институции, частни организации и частния социален сектор. Със своите над 4000 консултанти ITG е най-голямата група на свободна практика във Франция, която предоставя специализиран експертен опит във всички области на консултирането, управлението, проучването, обучението и ученето през целия живот във Франция, Европа и на международно равнище. От собствения си център за обучение ITG разработва, планира и изпълнява изследователски дейности в областта на: териториалното и икономическото планиране; психосоциологическия анализ на социални и организационни явления; анализа на нуждите на потребителите; предпроектните проучвания; техническата помощ, насочена към подпомагане на местни, национални и международни институции в областта на планирането и управлението; мониторинга, финансовата отчетност и оценката; иновативните действия, насочени към подобряване на компетенциите на хората чрез първоначално/продължаващо/служебно обучение на учители, инструктори, консултанти, възрастни, предприемаческо обучение, дистанционно обучение - подчертавайки ценността на официалното и самостоятелното обучение.



La Bien Pagá (LBP) е асоциация/сдружение, което има за

цел да подпомага социално-образователната интеграция и културното приобщаване на хора с ограничени възможности и уязвими групи чрез култура и изкуство. Асоциацията подкрепя много групи в неравностойно положение, включително: деца и ученици с обучителни затруднения, нискоквалифицирани и неквалифицирани млади хора и възрастни, семейства на мигранти и бежанци, етнически малцинства и правонарушители. LBP управлява създаден културно-образователен център, който насърчава културата и изкуствата, за да даде възможност на групите в неравностойно положение да развият своята образователна интеграция, физически, социални, емоционални и познавателни

способности и да придобият опит в постиженията, лидерството, удоволствието, приятелството, признанието и интеграцията в обществото.



Evolve Global Solutions (EGS) предоставя специализирана подкрепа в областта на образованието, обучението и консултациите както за образователния, така и за бизнес сектора в Обединеното кралство и в международен план. Фокусът им е върху ПОО/професионалното образование и обучение (и професионалното развитие, а награждаваните им проекти за умения и професионално развитие са с доказано въздействие и се считат за висококачествени. Разработени върху идеята за изграждане на капацитет, взаимност и приобщаване, проектите им насърчават иновативни умове, създаване на промени и преобразяване на бъдещето. Те са подкрепили развитието на умения за заетост (готови за работа/'меки' междуличностни умения), лидерство, изграждане на екипи и предприемачество в 28 държави по света. Техният водещ специалист 2 е квалифициран фасилитатор на Lego® Serious Play® (LSP) и това е една от многото техники, които те използват в работата си с предприятия, за да подпомогнат развитието на капацитета им за стимулиране на иновациите, насърчаване на творческите култури и развиване на ефективни и сплотени екипи.



фондация на бизнеса за образованието

Фондация на бизнеса за образованието (БФО) е българска неправителствена организация, чиято мисия е да подпомага развитието на гражданското общество чрез инициативи, които повишават конкурентоспособността на човешките ресурси и допринасят за икономическото развитие и просперитет. За да постигне целите си, БФЕ реализира разнообразни проекти, насочени в областта на ученето през целия живот, професионалното ориентиране, заетостта и социалната политика, професионалното образование и младежката заетост. Инициативите на организацията спомогнаха за повишаване на осведомеността на лицата, вземащи решения, експертите в областта на образованието, работодателите, директорите на училища и на широката общественост относно ползите от консултирането през целия живот за всички поколения. От 2005 г. насам БФЕ е обучила и сертифицирала над 1000 кариерни консултанти по много успешната програма "Глобален фасилитатор на кариерното развитие", като по този начин е развила капацитета за предоставяне на услуги по кариерно консултиране в над 600 училища, 10 младежки центъра, 36 университета и повече от 100 частни компании и обществени организации в България.



Fundacja Tale Euro Est (FTE) създава благоприятна среда, в която млади хора и възрастни могат да се наслаждават на творчески и иновативни дейности. FTE предлага на участниците възможности за участие в различни курсове, семинари, работни срещи и други събития, които са безплатни, за да придобият умения и знания и да бъдат по-уверени на пазара на труда и в ежедневието. FTE използва и социалните медии, за да насърчава хората чрез вдъхновяващи послания да бъдат по-активни и креативни. Те подкрепят младите хора да се интегрират на пазара на труда, като предлагат възможности за стаж и/или доброволческа дейност в тяхната организация, за да придобият реален опит в организирането на различни дейности и разработването на различни проекти. FTE организира проекти и дейности, които насърчават процеса на европейска интеграция и развиват по-добре структурирано чувство за принадлежност към Европа. Ключова за тяхната работа е мисията да обединяват социални предприятия за постигане на дейности с голямо въздействие и растеж чрез сътрудничество.



PINOLO

Професионално обучение за безработни артисти

ДОГОВОР НОМЕР – 2020-1-UK01-KA204-079024

Програма Еразъм+

Ключова дейност 2: Стратегически партньорства

**Ю1 – Задача 2 Проучване Доклади за
актуалното състояние**

ДОКЛАДИ ЗА АКТУАЛНОТО СЪСТОЯНИЕ

Докладите за актуалното състояние в този раздел илюстрират различните структури, правни форми и аспекти на социалното предприемачество, както и актуалното социално-икономическо състояние във всяка страна партньор. Всеки от партньорите е провел задълбочено проучване, за да представи точна картина на предизвикателствата, пречките, възможностите и нуждите на целевата група в своята страна. Проучванията бяха обширни и се разпростираха върху примери на успешни предприятия в областта на социалния бизнес, включително пълен доклад за казус от SAFE, Великобритания, като Evolve UK се съсредоточи върху обобщен доклад за актуалното състояние. Въз основа на това проучване партньорите успяха да установят ясна базова линия във всяка страна, както и рамка за качество. Всеки национален доклад включва и резултата от проучването за анализ на потребностите, проведено с първоначалните фокус групи, при което всяка страна партньор работи с група безработни артисти/творци, за да разбере какво според тях им липсва в предприемаческите умения и какви са пречките и проблемите, с които се сблъскват. Получените в резултат на това



нови теми бяха вплетени в разработването на учебната програма IO2, за да се гарантира, че нуждите на участниците са разгледани, за да се подкрепят техните предприемачески стремежи.

СЪДЪРЖАНИЕ

LBP, Испания
SAFE, Великобритания
FTE, Полша
ITG, Франция
Iasis, Гърция
EGS, Великобритания
CSI, Кипър
ФБО, България



iasis



Center for Social
Innovation
www.csi2020.org



Le Portage Salarial



evolve



Национален доклад - LBR, Испания

Увод

Целта на настоящия документ е да направи преглед на текущото състояние на социалните предприятия (СП) в Испания, като се започне от първите опити в тази насока през 2008 г. и се стигне до днес. От общата концепция ще преминем към правната рамка и връзката между социалните предприятия, а накрая ще представим кратко обобщение на основните моменти, придружено от личен коментар на проучването.

Социални предприятия (СП) в Испания

Концепцията за социално предприятие (СП) в Испания е съвсем нова. В края на 90-те години на миналия век в Испания се наблюдаваше феноменът на социалното изключване вследствие на безработицата. Поради това започнаха инициативи, свързани със социални организации, които се опитваха да се намесят, като създават нови структури за обучение за заетост, които в Испания се наричат "Insertion Companies"/"Предприятия за приобщаване" и "Social Employment Centres"/"Центрове за социална заетост". Освен това в края на 20-ти век бяха създадени кооперативи за социална инициатива като специфични структури на социалната икономика. През последните години в Испания социалното предприемачество е в подем. От една страна, като възможност за справяне с икономическата криза, а от друга, с все по-силното социално самосъзнание на населението, социалният аспект на предприятията започна да придобива по-голямо значение и видимост.

Въпреки че няма закон, специално посветен на социалното предприятие, що се отнася до правния аспект на социалните предприятия в Испания, Закон 5/2011 за социалната икономика е този, който установява общата правна рамка, като се има предвид, че социалните предприятия са субекти, които съответстват на принципите, установени от закона в член 4.

Според национален доклад, що се отнася до политиките, испанското правителство и регионалните власти са въвели редица грантове/безвъзмездни средства и други инструменти (схеми, данъчни облекчения и стимули), които подкрепят инициативите за социално предприемачество в страната (Nițulescu and Rimac 2014: 16) и е създадена институционална рамка в подкрепа на социалната икономика.

В Испания има голямо разнообразие от инициативи, които имат социално въздействие, като например ускорители/инкубатори за социални предприятия, асоциации, организации и фондове. Ето някои конкретни примери.

Ускорители/инкубатори за социални предприятия в Испания

- [UnLtd Spain](#): “Насърчаваме лидерите и големите организации да се превърнат в новите агенти на промяната”
- [Momentum](#): ускорител, създаден от BBVA, една от най-големите испански банки. Те са активни в много страни и имат интензивна ускорителна програма, в която вашият стартъп може да се свърже с широка мрежа
- [Social Nest](#): Първият ускорител за социални предприятия в Испания, стартира през 2010 г. във Валенсия.
- [EIT Climate-KIC Spain](#) помага на Европа да смекчи последиците от изменението на климата и да се адаптира към тях чрез иновации във финансовата, поземлената, промишлената и градската си система

Асоциации/организации за екосистемата на социалните предприятия (организации, които дават възможност за изява на социалните предприятия)

- [Social Enterprise.es](#)
- [AEF](#)

Фондове за социално въздействие

- [Cuanimen](#) Фонд за социално въздействие: фонд за социален рисков капитал, който инвестира в проекти за социално въздействие и въздействие върху околната среда, както и във финтех компании, които насърчават промените във финансовия сектор чрез технологии

Социални предприятия

[TETERUM](#). Ръководена от Patricia Pólvara, Teterum е марка качествен листен чай, чийто процес на опаковане е специално разработен така, че да предлага пълноценна работа на хора с (не)способности/увреждания и в своята цялост да подобрява планетата и да не оставя следи след себе си от нашата дейност.

[The good shop](#). Carmela Serantes е основател на този базар, посветен на устойчивата мода и, което е много важно, на декорацията на нашите домове, като се зачита околната среда.

[Ethical Time](#). Тази платформа, ръководена от Ignasi Eiriz, е пазар на устойчиви модни марки, сертифицирани директно от членовете на Ethical Time. Те провеждат интервюта с всички компании, които се появяват в него, за да проверят дали произвеждат биологични продукти, дали имат справедливи условия на труд и т.н.

[Mitto](#). Устойчивият 'fintech par excellence'/превъзходна финансова технология/ от Барселона, ръководен от Маркос Куевас, е един от стартоупите с най-голяма реализация на националния и европейския пазар. Чрез нейната виртуална (а също и физическа) карта можете да узнаете стойността на CO2, произведен от всяка ваша покупка и ако купувате от устойчивите марки, които са на тяхната платформа, можете да възстановите част от покупката чрез кешбек.

[Escuelab](#). Cristina Valbas е предприемач от Мадрид, завършила е молекулярна биология и през 2013 г. основава собствената си компания Escuelab - проект, който има за цел да демократизира достъпа до практическо и интерактивно научно образование и да популяризира изследователското поприще сред най-младите по забавен и особено дидактичен начин.

[DECEDARIO](#). Diana Arias е валенсиански социален предприемач, специализиран в областта на графичния дизайн, стратегията и творчеството, който създава DECEDARIO - терапевтична настолна игра, използвана за когнитивна стимулация на хора с функционално многообразие.

[Las Espigadoras](#): агенция за управление на културата, специализирана в областта на аудиовизуалната култура. Създадена през 2013 г., агенцията продуцира и комуникира културни проекти, свързани с разпространението на киното заради неговата културна значимост.

[APTENT](#) предоставя услуги за предлагане на достъпен театър, който е на разположение на всеки театър и компания, така че хората с увреждания и по-възрастните хора да имат достъп, при равни условия, до култура и образование.

Колко социални предприятия има в Испания?

Според последния доклад на CEPES (Испанската бизнес конфедерация на социалната икономика) през 2019 г. в Испания е имало повече от 43 000 предприятия от социалната икономика.

Президентът на правителството на Испания Педро Санчес по време на XXIX Генерална асамблея на CEPES, която се проведе на 29 април 2021 г. в Мадрид, потвърди, че "социалната икономика ще играе ключова и решаваща роля в Плана за възстановяване, преобразуване и устойчивост". Той също така изтъкна, че "социалната икономика е ключов и решаващ участник в социалната и икономическата трансформация на Испания и Европа. Бъдещето минава през споделени и кооперативни ръководства, които работят в обща посока и които никога не забравят общото благо, накратко, заради много от ценностите и принципите на социалната икономика". Освен това той изтъкна, че "подходът на CEPES е в съответствие с целите на правителството на Испания, а също и на Европа".

Социални предприятия и изкуство: може ли светът на социалните предприятия да представлява възможност за художниците в Испания?

В списъка с примери за социални предприятия по-горе само две от тях са свързани с изкуството. Това не е просто съвпадение. Няма толкова много "артистични социални предприятия". Ако, от една страна, светът на социални предприятия се разраства, придобива все по-голямо значение във и за обществото и е напълно съобразен с европейските цели, от друга страна, има сектори, които не са добре представени в този свят. Изкуството е един от тях.

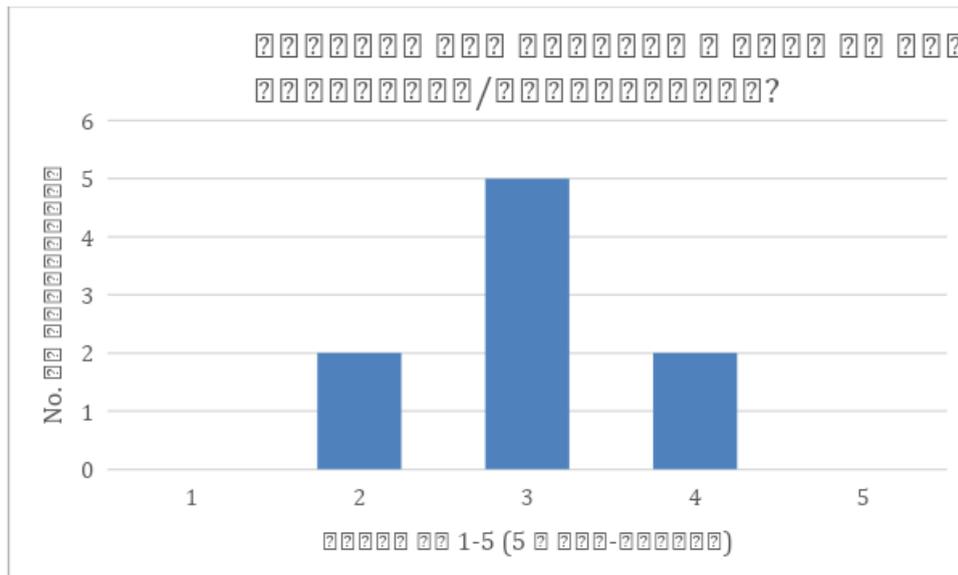
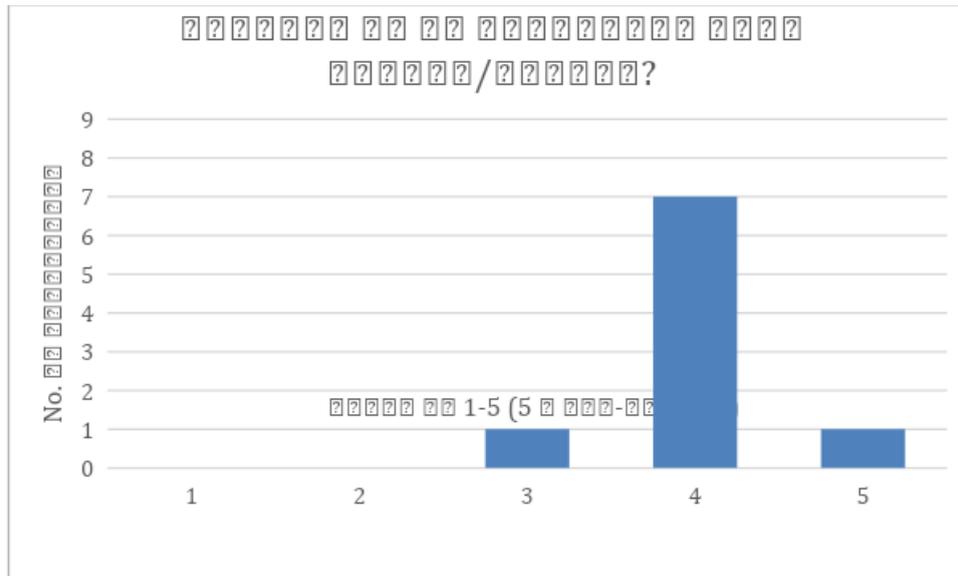
Пандемията, причинена от COVID-19, оказва (и все още оказва) голямо въздействие върху сектора на изкуството. Загубата на работа, липсата на икономическа помощ и несигурността са най-големите проблеми, с които се сблъскват художниците в Испания. Може ли социалните предприятия да представляват възможност да се види светлина в края на този тунел? Защо не! Но как? Търсенето на информация, разширяването на хоризонтите ни, отварянето към нови възможности и адекватното обучение са първите стъпки. Прилагането на правилата и принципите на социалните предприятия за създаване на бизнес със социално въздействие в областта на изкуството не е незабавно и лесно, но с правилните инструменти е възможно.

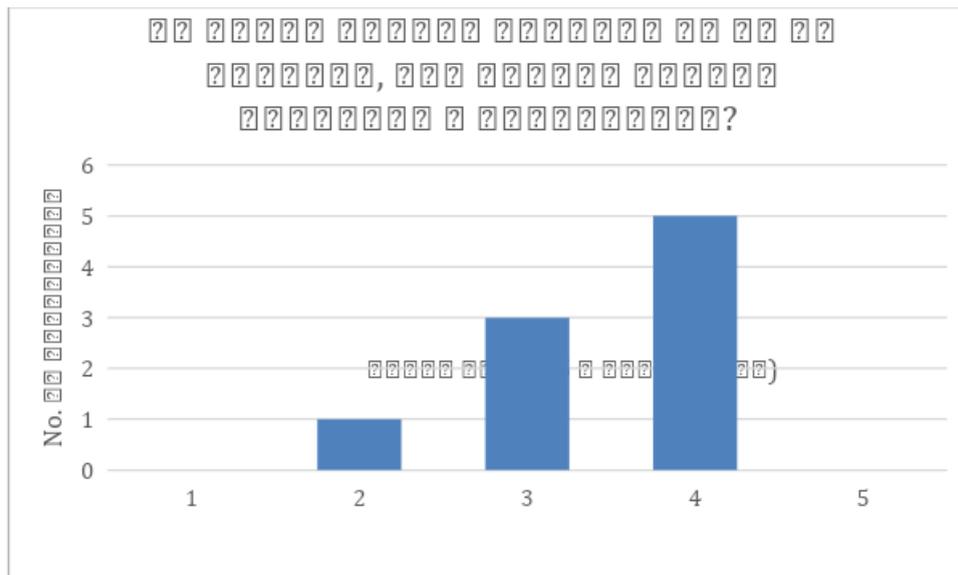
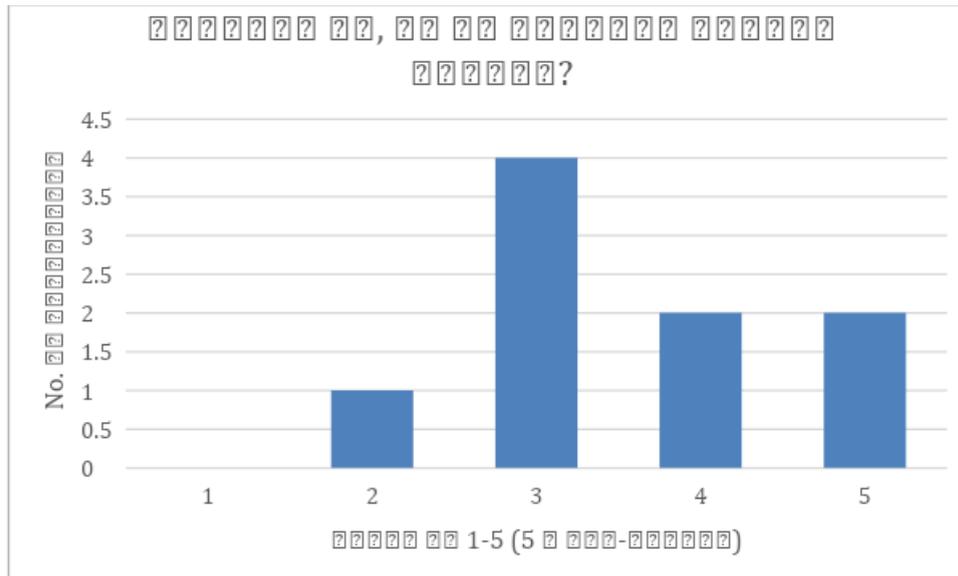
Обратна връзка от проучване на група от местни участници /ГМУ/

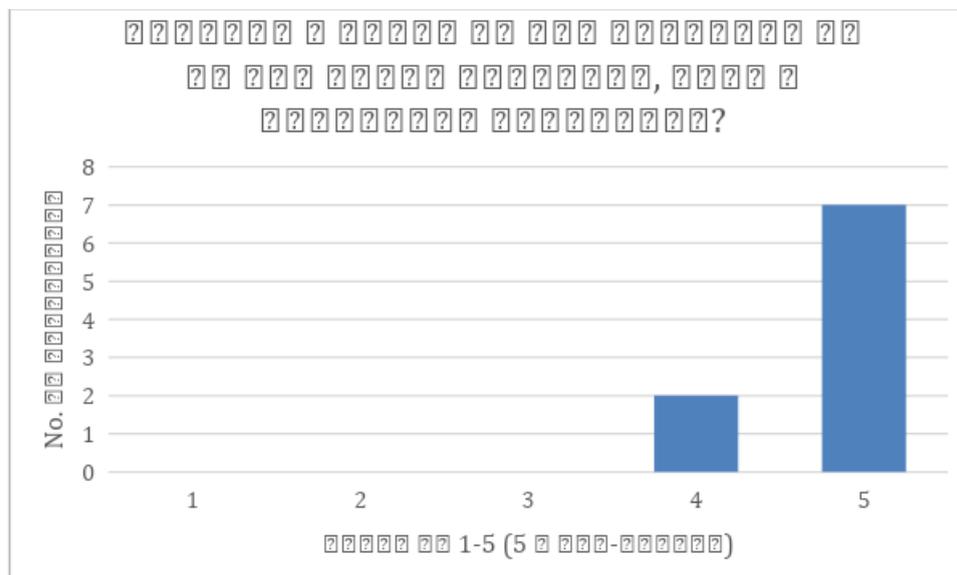
Поради извънредната ситуация при Covid-19 и ограниченията, LBP реши да проведе индивидуални интервюта с участниците, за да улесни участието им, като им предостави различни часове на разположение.

Интервюирани са 9 творци; те са от различни среди, на различна възраст и с различни компетенции; те са заети или безработни, или работят в сектор, който не е изкуство, или са без постоянна работа.

Участниците бяха помолени да оценят някои кратки въпроси и по-долу можете да намерите обобщение/резюме:







Q/Въпрос 1 Във вашата творческата си работа - подготвени ли сте да правите грешки?

Всички участници се съгласиха, че е обичайно да се допускат грешки и те ви карат да се усъвършенствате и да подобрите творчеството си. "Никога не сме 100% подготвени или готови. Винаги се допускат грешки. Ние се учим от тях и от тези грешки можем само да напредваме".

Q/Въпрос 2 Кои според вас са основните пречки вашият бизнес да бъде по-успешен?

Установените пречки са: липса на популярност, натовареност, липса на специални права, финансиране, обществена оценка/преценка на този труд (недостатъчно заплащане предвид реалната му стойност), липса на институционална подкрепа, подходящи контакти, бюрокрация и правни аспекти.

Други коментари бяха свързани с ролята на публичните институции: работата на някои творци е строго свързана с бюджета, предназначен за културни дейности, а културата зависи от политиката.

Освен това често се случва програматорите/продуцентите да избират да поставят дадена пиеса въз основа на качеството на рекламата ѝ, а не заради собственото ѝ качество. Те отдават голямо значение на сценографията. Това означава, че парите привличат пари: ако имате пари, за да изградите добра сценография, имате много повече шансове програматорите/ продуцентите да купят вашата пиеса.

Q/Въпрос 3. Знаете ли какво е социално предприятие и какво това би значило за вашия творчески бизнес?

Някои от участниците знаят за СП, но мнозинството от тях нямат ясна представа какво означава това или ясно разбиране за възможностите, които СП може да им предостави.

Q/Въпрос 4. Бихте ли посещавали бизнес обучения или групи за подкрепа?

По-голямата част отговориха веднага с "да", докато някои от участниците отговориха, че това зависи от наличността, от начина, по който е организирано и структурирано и от това кой провежда обучението..

Q/Въпрос 5 Търсите ли иновации? Например, нови начини да правите нещата, промяна/подобрения в процеса с цел удовлетворяване на потребностите и желанията на клиента (за продукти и услуги)

Всички участници дадоха утвърдителен отговор. Те заявиха, че винаги търсят иновации. Създават нови форми на изразяване. Колкото по-иновативен е вашият продукт, толкова повече той ще бъде "на мода". По-специално, една актриса каза: "Аз не съм технологичен човек, така че не бих вкарала технологии в моите представления. Трябва да призная, че по време на пандемията трябваше да се преориентираме дори още повече с помощта на цифрови решения".

Друг артист каза: "Художественото творчество зависи и от субективното изразяване. Трябва да се адаптираме към пазара, като се съобразяваме със собствените си желания и нагласи".

Q/Въпрос 6 Отделяте ли редовно време за търсене на нови креативни концепции, оглеждате ли се за възможности извън вашия бизнес – например шоу с търговска цел, семинари, чужди изложби?

Всички се съгласяват отговорайки, че винаги търсят вдъхновение в книги, статии, изложби, посещават и водят семинари и т.н.

Q/Въпрос 7 Дали хората около вас са любознателни и предприемчиви? Обграждате ли се с други предприемачи и обсъждате ли идеи, за да изпробвате и изберете най-иновативното решение за решаване на бизнес предизвикателство?

Почти всички отговориха, че се срещат с други професионалисти, за да обменят идеи, мнения и нужди. Няколко участници признават, че не контактуват с други предприемачи.

Q/Въпрос 8 Разполагате ли с позитивни, доверени и откровени хора, които да ви помогат да мислите нестандартно?

Този въпрос беше сметнат за не толкова ясен за участниците. Все пак те се опитаха да го разтълкуват и отговориха на него:

- ако се отнася до наличието на "кръг от близки хора", където можете да изпуснете парата, това могат да бъдат вашите колеги или други експерти, които могат да ви помогнат и насочат. Ако се отнася за личния ви живот, те смятат, че всеки от нас има пред кого да изпусне парата;

- друг човек отговори, че разчита на мозъка си

- друг каза, че тя/той се опитва да мисли позитивно, а как ще се държи след това, зависи от контекста! Както и да е, не винаги всичко е положително, така че...

Q/Въпрос 9 Как предпочитате да работите? Екстровеит ли сте – откривате ли най-добрите си идеи при обсъждане в група? Или сте интроверт – нуждаете се от време и пространство само за вас, за да творите?

Всички участници отговориха, че се опитват да съчетаят и двете, като в началото са малко интровертни при генерирането на идеята, а след това следват групова дискусия и размяна на мнения, които я обогатяват и допълват. Съществува убеждението, че умението да се справят и с двете възможности е жизненоважно за доброто изпълнение на работата им.

Q/Въпрос 10 Как бихте могли да разгърнете потенциала си на цифровия пазар? И каква подкрепа ще ви е необходима, за да се изявявате като творец в дигиталната сфера - маркетинг и промоции?

Отговорите тук са разделени на две основни групи:

- първата, в която се изтъква значението на обучението, активните проучвания в интернет, разговорите с колеги, маркетинга, комуникацията, разпространението, разумното използване на социалните медии, социалните мрежи, уебстраниците;

- втората, която декларира, че не се интересува от цифровия пазар, маркетинга и популяризирането;

Q/Въпрос 11 Проучват ли новите таланти и технологии, които биха могли да повлияят на бъдещото ви бизнес планиране?

По-голямата част от участниците отговориха положително на този въпрос, като заявиха, че винаги се опитват да бъдат в крак с времето и информирани, дори ако за някого това не е толкова лесно и иска помощ по този въпрос.

Само един потвърди това: "С всеки изминал ден ставам по-традиционен, поради което не проучвам нововъзникващите таланти и технологии".

Q/Въпрос 12 Как изкуството може да се превърне в занаят - да създавате творения за масовия потребител, като междувременно запазите творческите си ценности? Как можете да намерите идеалната си публика?

Участниците отговориха по различни начини, изразявайки различни гледни точки.

Изкуството е нещо по-ефимерно, докато занаятите са нещо по-трайно. Изкуството може да се превърне в занаятчийство, например като се правят работилници за масите. Например, ако провеждаме уъркшоп по театър за деца/младежи/възрастни, ние преподаваме ключовата концепция на драмата, за да им дадем възможност да я практикуват. В този случай ще създадем "занаятчия". Съществува убеждението, че ако преподавате театър на някой, който има желание да се учи, вие оставате верни на артистичната си чувствителност.

Що се отнася до публиката, Това е приоритет, който трябва да се вземе предвид. Трябва да се замислим какво искаме да предадем с нашето изкуство и на кого. След като определите това, е възможно да проверите къде е вашата публика в зависимост от ситуацията. Например, ако създавате нещо за възрастни хора, трябва да се обърнете към дневните центрове; ако създавате нещо за деца, можете да се обърнете към училищата и т.н.

Други отговори са свързани с

- осигуряване на лично отношение и опит за обединяване на основните аспекти на изкуството с нови иновации и по този начин създаване на продукти в съответствие с напредъка на сектора и според вкуса на всеки
- оставане с хора, принадлежащи към същия сектор, и насочване към тях
- правене на творбата видима и предоставяне на достъп на повече хора, за да я опознаят и да предизвикат интерес към нея.

Един творец каза: Смятам себе си повече за занаятчия, отколкото за творец. Когато прави представления с маски и кукли, в тях има много малко от тази концепция за артиста като творчески гений, който е свързан с висша мисъл и катарзис ... Той не е много повече занаятчия, който мисли за традицията дори на сцената. Не вярвам в масовостта; привърженик съм на блиския контакт. Аз съм защитник на малкия и средния формат. Не смятам, че има идеална публика. Вярвам, че в моя случай този тип творчество, основано повече на най-основния сценичен факт, работи за всички.

Q/Въпрос 13 Показвате ли се? Излизате ли от зоната си на комфорт и рекламирате ли се? Професионална мрежа от контакти? Разглеждате ли се като стока? Какво ви спира?

Да, всички са съгласни, че излизането от зоната на комфорт се случва постоянно. Обичайно е човек да се изявява много често. Саморекламата и работата в мрежа са от съществено значение.

Те не се смятат за стока, но работата им може да е такава, защото продават "културна услуга".

Q/Въпрос 14. Някой от въпросите накара ли ви да мислите различно/конкретно за някой аспект от творческия ви бизнес? Кой конкретно?

Всички участници заявиха, че този въпросник ги е накарал да се замислят и да разсъждават върху различни аспекти на работата си във връзка с обществото. Беше подчертано значението на работата в мрежа, както и ролята на творците спрямо хората. Някои от тях смятат, че са длъжни да достигнат до обществото, като направят осезаемо това, което е неосезаемо. Друга мисъл, която се появи, е свързана с ролята на институциите.

Друг въпрос е, че като цяло се обръща внимание на работата в мрежа и социалните медии и по-малко внимание на достъпа до материали, възможности, обучение на занаятчии и т.н.

Заклучение

В Испания концепцията за социалното предприятие (СП) е съвсем нова и започва да бъде конкретно застъпена в обществото след началото на

кризата през 2008 г. Оттогава насам броят на СП се увеличава заедно със социалната осведоменост на населението. Утвърждаването на този нов начин на правене на бизнес с конкретни социални задачи, които служат на основната му цел, увеличи необходимостта от конкретна правна рамка, на която да се позовава (която все още липсва).

Сред социалните инициативи можем да открием ускорители/инкубатори за социални предприятия, асоциации, организации и фондове, работещи в различни сектори като устойчивост, околна среда, уязвими групи, селски райони, мода и т.н. Има сектори, в които липсват социални предприятия, като например артистичния. Испанските артисти са много засегнати от действителната извънредна ситуация поради COVID-19, започнала през март 2019 г. Социалните предприятия може да представляват добра възможност творците да се преоткрият и да имат нова роля в обществото, като започнат иновативен начин на правене на бизнес с положително социално въздействие.

Съществува доста голям брой литература относно концепцията за СП и СП в Испания. Липсват обаче връзки със света на изкуството. Възможно ли е причината да е свързана с факта, че изкуството и бизнесът са комбинация, която не е много изследвана? Дали това е културен проблем? Или пък няма достатъчно обучение в това отношение?

Препратки

ДОКЛАД ЗА СТРАНАТА ОТНОСНО СОЦИАЛНИТЕ ИНОВАЦИИ – ИСПАНИЯ

<https://ideannovaship.eu/wp-content/uploads/Spain.pdf>

LEGAL FRAMEWORK - ИСПАНИЯ

<https://www.boe.es/eli/es/l/2011/03/29/5/con>

ДОКЛАД ЗА СТРАНАТА (За по-добро утре: Социалните предприятия в движение” (FAB-MOVE) Проект H2020

http://www.lasociedadcivil.org/wpcontent/uploads/2017/12/Pfeilstetter_GomezCarrasco.pdf

<https://fabmove.eu/project/>



La importancia del emprendimiento social en España
<https://www.apd.es/la-importancia-del-emprendimiento-social-espana/>

La Fundación Ashoka

<https://spain.ashoka.org/la-fundacion-ashoka/#>

Emprendedores sociales españoles

EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL COMO VENTAJA COMPETITIVA

EJEMPLOS QUE TE VAN A INSPIRAR

<https://socialenterprise.es/emprendedores-sociales-espanoles-ejemplos/>

EL PRÓPOSITO EN LA EMPRESA ES RENTABLE

<https://socialenterprise.es/proposito-empresa/>

Списък на най-добрите испански ускорители/ инкубатори и др. за социални
предприемачи в Испания

<https://socialfintech.org/index.php/2021/05/06/spains-social-enterprise-ecosystem/>

IDEANNOVASHIP Проект Еразмус+

<https://ideannovaship.eu/the-project/>

СОЦИАЛНИ ИНПВАЦИИ

https://www.innobasque.eus/microsite/innovacion_social/

Разбиране на моделите на социалните предприятия в страната: Испания

Ramon Fisac-Garcia and Ana Moreno-Romero Research Group on Sustainable
Organizations, Universidad Politécnica de Madrid, Madrid, Spain

http://oa.upm.es/41201/1/INVE_MEM_2015_227727.pdf

IDEANNOVASHIP “Иновирайте и създавайте идеи за социално
предприемачество” Проект BG01-KA205-022771 СОЦИАЛНО
ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО в Испания

<https://ideannovaship.eu/wp-content/uploads/Spain.pdf>



Le Portage Salarial





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CEPES – Статистика на социалните предприятия в Испания

<https://www.cepes.es/social/estadisticas>



iasis



Center for Social
Innovation
www.csi2020.com



Le Portage Salarial



evolve
www.evolve.com



Национален доклад – SAFE, Великобритания

SAFE - пример за успешен общински център за изкуства.



Safe Regeneration е общински център за изкуство в Сефтън, област Ливърпул, който работи с постоянен ръст от 20 години, в някои от най-необлагодетелстваните общности в Англия. Съществуват десет характеристики, които са помогнали за устойчивото развитие на Safe Regeneration:

01. Функционира като бизнес: търговско мислене със социални ценности. Има споделено разбиране, че функционирането на общностен център за изкуства е бизнес операция, която интегрира силни социални ценности в

търговските дейности.

02. Придържане към принципите на икономичност: организационният растеж е бил ограничен. Основният екип от служители е малък, а режийните разходи са ниски.

03. Работи в рамките на системата "център и спица": Мрежа от взаимозависими творчески организации работи заедно като части на колело. Централната организация ръководи разработването на проекта и сключва договори със спиците - консорциум от допълващи се творчески партньорски организации.

04. Съсредоточаване върху придобиването и управлението на активи: Придобиването на активи създава повратни точки, които водят до нови фази на устойчивост.

05. Многообразен и предприемчив: На място се предлагат повече от 20 услуги, които обслужват сложните и разнообразни нужди на местната общност.

06. Водени от общността: Стратегията се разработва чрез постоянен двупосочен поток през три нива на управление - общност, консорциуми и настоятелство. Според индексите на онеправдаване/лишенията районът, в който се намира Safe Regeneration, е сред 0,2 % от най-онеправданите общности в Англия.

07. Фокусиране върху въздействието: Външното въздействие е приоритет пред организационното развитие.

08. Директно общуване: Социалните медии и увлекателното онлайн видео дават възможност за широк обхват и контрол върху посланието и разпространението.

09. Практикуване на щедро лидерство: На творците се дава възможност да поемат отговорност за своята роля, работа и професионално развитие.

10. Подкрепа за сектора: Идеите и знанията се споделят свободно с другите в творческия сектор.

В това проучване на примери е използван етнографски подход, основан на наблюдение с участие, включващ интервюта с 27 участници, включително осем служители и настоятели на Safe Regeneration, седем членове на консорциума и осем лидери на общински центрове от други части на региона. Събитията и ежедневната практика бяха наблюдавани в продължение на шест месеца.

В доклада се препоръчва създаването на програма за развитие на лидерството в общинските хъбове, която да подкрепи ново поколение лидери на творчески общностни хъбове, които да работят заедно за развитието на сектора. Препоръчва се също така водещите институции да обмислят лидерската роля, която общинските хъбове могат да играят в богатия и разнообразен бизнес сектор на творческите общности, както и ролята, която консорциумите, ръководени от общински хъбове, биха могли да играят при предоставянето на услуги в публичния сектор.

Моделът на функциониране на Safe Regeneration се описва като рамка "център и спици/лъчи", което означава, че организацията не е един орган, който става все по-голям, за да постигне по-голямо въздействие. По-скоро, в съответствие с принципите на икономичността, Safe е разработила мрежа от взаимозависими организации, които работят заедно като части на колело. Центърът е основният екип на Safe, спиците представляват членовете на творческия консорциум, а рамката/периферията на колелото - по-широките общности от заинтересовани страни. Този подход, ориентиран към човека, означава, че самият Safe е централното ядро; творчески консорциум от допълващи се партньорски организации, с които работи в тясно сътрудничество и единомислие, са спиците, а по-широките заинтересовани общности са рамката на колелото. Творческият консорциум е гъвкава мрежа, която се състои от основна група от около двадесет организации, които имат дългосрочни договори за наем и партньорство със Safe. Както се обяснява на уебсайта на Safe, това са "прекрасни хора, които правят много интересни неща поотделно и работят заедно като част от семейството на Safe". Макар и не само, повечето членове са част от творческите индустрии и



ални изкуства, занаятчий и дърводелци, она терапия, музикални/записни студия, на събития, озвучаване/постановка, състояние.

а свързани с редица общи ценности, а приобщаващите практики с акцент върху е общности". Един от участниците описва

кого, вие му помагате, нали? Това е добра и същи дух/характер. Всички се опитваме консорциума.

ума Safe действа като посредник между , като общинския съвет на Сефтън/ Sefton на служба и тръстове на NHS/Национална здравна служба, колежи и университети, жилищни асоциации и органи за възстановяване. В това отношение Safe може да се разглежда като базирана на място мрежова общностна организация, която е в центъра на редица взаимозависими партньорства или мрежи - някои от които са по-близки и по-устойчиви от други и които обхващат различни сфери и мащаби. Този модел " център и спици/лъчи " и водещата роля на Safe в рамките на творческия консорциум са ключови за успеха и устойчивостта на Safe.

Да бъдеш в Safe - Safe предлага спокойно и грижовно пространство, където хората могат да създават красиви мозайки, да се занимават с грънчарство в градините, да хранят пилетата, да събират мед и восък от пчелните кошери или просто да изпият чаша чай и да поговорят. Ателиетата за изкуства и занаяти и офисите за общински бизнес гледат към лехите за отглеждане на растения, поляната с диви цветя, проектите за възстановяване на лодки. Екип от 'Safe Rangers' "спасители/ рейнджъри" - платени стажанти/чираци по схема за връщане обратно на работа, предлагана от Safe - почистват боклука и нерегламентирано изхвърляни отпадъци в общността, инсталират нови обществени произведения на изкуството, учат се как да водят семинари за изкуство с участието на хора или екологични проекти и научават какво означава да се създаде и управлява нов бизнес в общността. В заседателната зала главният изпълнителен директор и председателят на Safe преглеждат отзивите на комисията по планиране на местната власт относно предварителната заявка на организацията за #DestinationBootle, голямо капитално строителство на земята, граничеща с Центъра, кръчмата и канала. Има много работа за вършене; ще работят още няколко часа. През отворения прозорец се носи музика от нощта на

отворения микрофон в кръчмата, където групата се надява да си осигури място на музикалния фестивал в Бутъл догодина.

В качеството си на център на колелото, лидер на консорциума, Safe развива отношения и води преговори с редица институции в региона, като например обединените власти на градския регион, общинските съвети, доставчиците на здравни услуги, образователните институции, финансиращите организации и наднационални структури като Европейския съюз. С нарастването на опита и организационния капацитет на Safe тя успява да си осигури все по-голям брой все по-ценни договори, поръчки и безвъзмездни средства. След това пакетите от дейности се възлагат на партньорски организации в рамките на творческия консорциум, така че проектът се изпълнява съвместно от гъвкав и динамичен колектив от организации, които в противен случай биха се конкурирали помежду си или биха били "блокирани" от подобни възможности поради своя размер. Един от членовете на творческия консорциум описва как този подход насърчава сътрудничеството и съвместната работа между партньорите: "Хората вече не могат да си позволят да се крият в малките си кътчета. Това е необходимост, например, ако искате да получите пари в подкрепа на общността, всички CICs (Community Interest Companies) - компании с интерес/печалба за общността трябва да изоставят индивидуалните си програми и да имат обща програма. Комисарите не искат да възлагат поръчки на десет различни компании, това е твърде голямо затруднение. Така че, вместо да дадат на десет души по десет хиляди, те дават сто хиляди на една организация като Safe и тя ги администрира за останалите девет. Знаете ли, това работи". Член на консорциума.

В този контекст Safe като творчески консорциум или "организация, обединена в мрежа", разполага с колективната критична маса и широкия експертен опит, за да получи достъп до значителни безвъзмездни средства и да поеме големи договори и поръчки, които са извън възможностите на малките организации, работещи самостоятелно. Следователно за Safe ролята на лидер на творчески консорциум е от основно значение за нейната устойчивост.

Заклучение

Първо, съществува общо разбиране, че управлението на творчески общностен център е бизнес операция, която интегрира значими социални ценности в търговските дейности. Второ, организацията работи на принципите на "икономичност", при които организационният растеж е умишлено ограничен, а дейностите се осъществяват чрез допълваща се мрежа от взаимозависими организации, които работят заедно като частите на колело. Организацията е предприемчива и силно диверсифицирана, като предлага повече от 20 творчески услуги на място, помагайки да се отговори на сложните и разнообразни нужди на местната общност, включително социални, културни и екологични проблеми. Външното въздействие е приоритетно пред организационното развитие, а стратегията се разработва чрез постоянен двупосочен поток през три нива на управление - общност, консорциуми и настоятелства. Това е позволило на организацията да изгради увереност да поема добре управлявани рискове за придобиване и управление на множество активи, генериращи приходи, които подобряват физическата среда и предлагат социални и икономически ползи. Организацията използва социалните медии и видео, за да постигне широк обхват и да поддържа силен контрол върху посланието и изпълнението. И накрая, тя практикува щедро лидерство в рамките на собствената си мрежа и извън нея, като споделя знания и идеи с други представители на сектора и подпомага развитието му. Traynor, K. Simpson, G (2020)

1. Ю1 Задача 3 - Обратна връзка от проучването на групата местни участници /ГМУ/

Въпреки че събитието ни се проведе по време на ограниченията на локдаун, успяхме да проведем събирането на ГМУ присъствено, като използвахме откритата градина в SAFE. Събитието продължи 2 часа и имаше следния дневен ред:

- 1) Приветствие и представяне (20 мин.)
- 2) Представяне на PINOLO. Обясняване на целите и ролята на ГМУ (10 мин.)
- 3) Въпроси на анкетата и обсъждане на резултатите (20 мин.)
- 4) Обясняване на целта на основната част от въпросите с отворен отговор (10 мин.)
- 5) Обсъждане в цялата група (30 мин.)
- 6) Допълване на въпросите (20 мин)

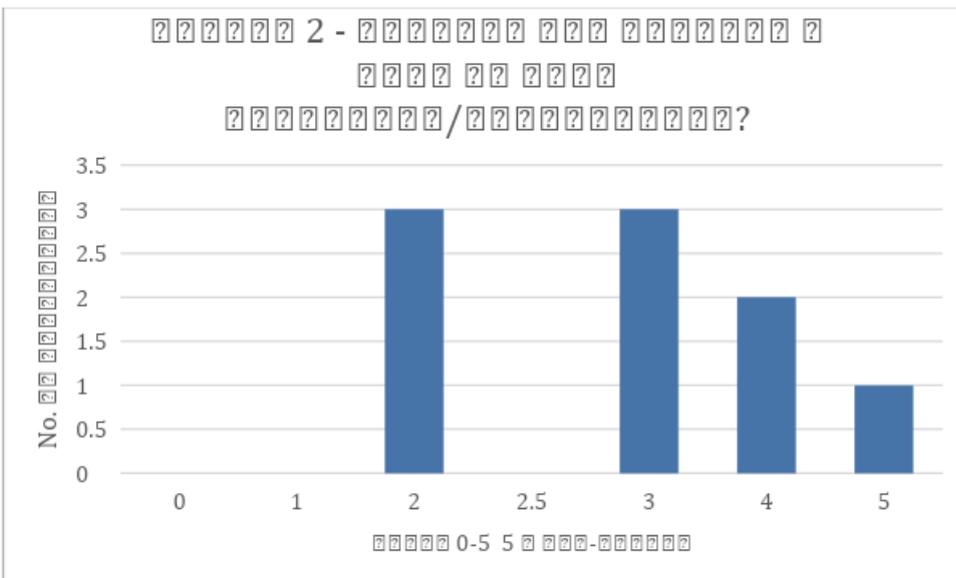
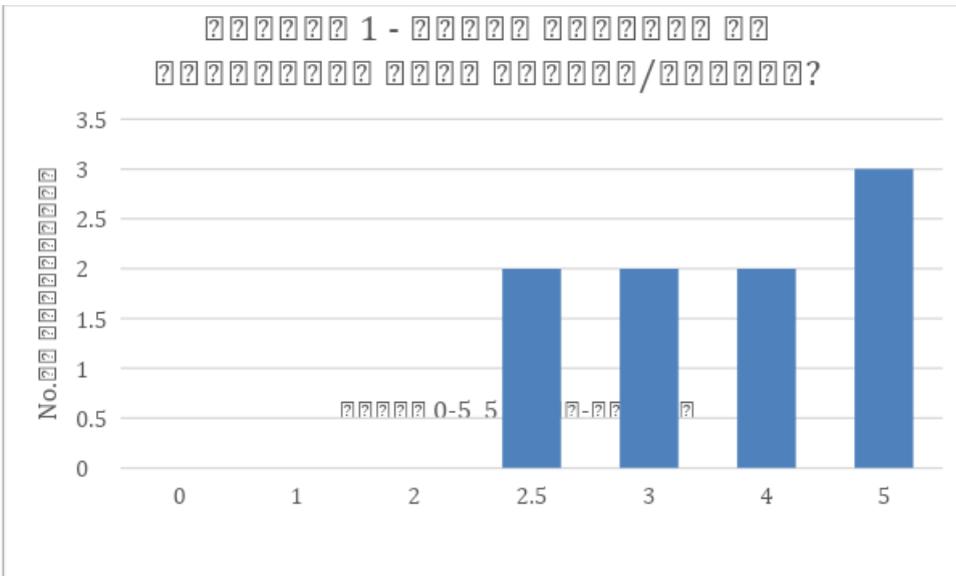
7) Установяване на обратна връзка и обобщаване на сесията (10 мин.)

Осем участници бяха избрани от нашите творчески мрежи, включително от консорциума на центровете за изкуства SAFE. Някои от групата вече имат собствен бизнес, а други не са на постоянна работа. Творческите им жанрове обхващаха много области, включително визуални изкуства, производители, танци, музика, творческа режисура, драма и керамика. Групата в непринудената, неформална обстановка на градините на кръчмата на общността SAFE, позволяваща достатъчно пространство и всички да се чувстват сигурни в настоящия предизвикателен климат. Някои от тях се познаваха, но не всички, така че беше направен кръг от представяния, като всеки участник даде на групата представа за своята област на творчество.

След представянето на PINOLO и ролята на творческия ГМУ, участниците бяха помолени да попълнят първия набор от въпроси за анкета, за да установят къде виждат себе си като творци и къде смятат, че им липсват умения/обучение, нуждаят се от подкрепа и насоки, за да бъдат по-предприемчиви и да използват своя бизнес потенциал. Техните отговори са отразени в графичните таблици по-долу. Вторият набор от въпроси, които бяха отворени и изискваха по-задълбочени отговори, бяха обсъдени колективно от групата, като творците се подкрепяха взаимно, за да разберат правилно въпросите и да изразят ефективно отговорите си. Участниците бяха помолени да отговорят откровенно на всички въпроси, за да се гарантира постигането на целите на проекта - т.е. да се подкрепят творците да използват своите предприемачески умения и да проучат възможностите от гледна точка на творческия социален бизнес.

Сесията завърши с устна обратна връзка от всички участници, която беше регистрирана заедно с писмените им отговори, чието обобщение е подробно описано в раздела под резултатите от анкетата.

Ю1 Задача 3 ГМУ Въпросник т.1



Всички искат да се свързват повече, редовно и да се чувстват част от колектив

Положителен ефект от блокирането заради Ковид - хората са се ангажирали отново с местните покупки, подкрепяйки местния бизнес

Нововъзникващи теми от дискусиата - от какво ГМУ смята, че се нуждае:

Творчески центрове - необходимост от подкрепа, критични приятели/предизвикателни съветници, предприемчиви мислители, редовно сътрудничество, мрежи, за да се чувстват по-малко изолирани.

Подкрепа за бизнеса - познания за видовете предприятия на общността/социални предприятия, техните управленски структури, как да се реализира творчески план за социално действие, как да се получи достъп до финансиране, как да се постигне устойчивост.

Дигитална компетентност - повече познаване на социалните медии и доверие в тях, познаване на това, което е "навън" - различни творчески платформи, как виртуално да се провеждат творчески семинари, рекламни филми.

Управление на времето - повече творчески проучвания, планиране и развитие, "работи по-малко, разработвай повече".

Самореклама - да възприемат себе си/ своето творчество като стока, да излязат от зоната си на комфорт и да бъдат уверени да представят работата си навън!

Ю1 Задача 3 Въпросник за ГМУ.т.2

По-долу са представени по-подробни отговори на отворените въпроси, включително някои директни цитати, които предизвикаха дискусия и размисъл сред всички творци.

Q/Въпрос: Във вашата творческа работа – подготвени ли сте да правите грешки?

Обобщение на отговорите:

Всички се съгласиха, че допускането на грешки е част от творческия процес и подобрява най-добрите практики.

"Всичко това е част от собственото ви развитие и учене като творец, да правите грешки и да намирате нови иновативни начини да опитате отново."

Имаше известна нервност относно допускането на грешки онлайн - усещането, че личният им процес на учене ще бъде записан и регистриран - "това е моята репутация - работата ми е изложена онлайн, за да я коментират всички".

Всички се съгласиха, че обикновено са в несигурно финансово положение и грешки, които водят до загуба на доход, могат да бъдат опустошителни и потенциалът за това ги кара да избягват риска. Резултатите, показани в таблицата към въпрос 1, показват, че 7 от 8-те участници са си поставили оценка 4 или 5 по отношение на увереността си като творци, както заяви един от тях: "Много съм уверен в способностите си като творческа личност, но заплахата да изгубим финансово, защото съм сбъркал, ме възпира да мисля твърде разнопосочно....така че бих казал, че потенциалът ми не се реализира."

Q / Въпрос Кои според вас са основните пречки вашият бизнес да бъде по-успешен?

Обобщение на отговорите:

Групата посочи следните пречки, които оказват най-голямо влияние върху техния успех:

Бизнес умения - бизнес стратегия и планиране, увереност за достъп до финансиране, разбиране на трудовото законодателство и процеси.

Дигитални умения - желание за дигитална ангажираност, в крак с актуалните технологии, иновации и тенденции, умения за работа със социалните медии, продажба/промотиране онлайн

Самореклама - представяне/написване на предложения /търсене на партньор

Работа в мрежа - да знаете как, към кого да се обърнете, кога да го направите и т.н.

Еднолична търговска дейност - изолиращо и притеснително е да носиш отговорност за много задачи

Q./ Въпрос Знаете ли какво е социално предприятие и какво това би значило за вашия творчески бизнес?

Обобщение на отговорите :

5 от 8-те участници бяха наясно какво е социално предприятие, като някои от тях вече бяха управлявали фирма с обществен принос (CIC). Всички тези участници се съгласиха, че общностното предприятие винаги ще бъде тяхното управление по избор. Въпреки това, както каза един от участниците: "Нещата

се променят непрекъснато и светът на финансирането се влияе от всякакви неща - като пандемията и локдауна, а хората са толкова изолирани." Онези, които не са били наясно с концепцията за социално предприятие, бяха много положително настроени към начина, по който биха могли да въздействат върху своята общност, докато управляват бизнес.

Q./ Въпрос Бихте ли посещавали бизнес обучения или групи за подкрепа?

Обобщение на отговорите:

Седем от осемте участници бяха готови да посещават обучение, ако то отговаря на техните нужди - останалите творци искаха да се обучават, но имаха реален проблем с времето за това.

Като цяло групата предпочиташе да се учи чрез групово преживяване лице в лице, като получава подкрепа един от друг. Използването на цифровото популяризиране беше повтаряща се тема от всички участници - групата би приветствала обучение и съвети за използване и извличане на максимална полза от различните платформи на социалните медии, както и по-специфични умения, като например създаване на кратки, творчески промоционални видеоклипове.

Q / Въпрос Търсите ли иновации? Например, нови начини да правите нещата, промяна/подобрения в процеса с цел удовлетворяване на потребностите и желанията на клиента (за продукти и услуги)

Обобщение на отговорите :

7 от 8-те участници се съгласиха, че са активни в намирането на иновативни нови начини за правене на нещата както по отношение на изкуството, така и на бизнеса. Повечето от тези, които в момента имат бизнес, са наясно с важността на диверсификацията и гъвкавостта, за да отговорят на променящите се нужди на своите клиенти/пазар. Един от тях каза: "моята творческа дейност стана много по-натоварена, откакто инвестирах в машина за лазерно рязане CVC, което ми позволява да предлагам повече продукти и услуги на моите съществуващи и потенциални клиенти."

Q/ Въпрос Отделяте ли редовно време за търсене на нови креативни концепции, оглеждате ли се за възможности извън вашия бизнес – например външни изложби/ шоу с търговска цел, семинари?

Обобщение на отговорите :

Този въпрос раздели групата, като половината отговориха с "да", а другата половина - с "не". Първите отговориха, че изложбите/представянията на творби на други творци са ключови за тяхното собствено вдъхновение. Тези, които казаха "не", посочиха като основна причина липсата на достатъчно време или липсата на време. "Трябва да осъзная, че работата върху бизнеса ми чрез проучвания е също толкова важна, колкото и работата в студиото... Знам, че е така, но просто се разсейвам с действителното "правене на обичайните неща, които умея...!"

Q/ Въпрос Дали хората около вас са любознателни и предприемчиви? Обграждате ли се с други предприемачи и обсъждате ли идеи, за да изпробвате и изберете най-иновативното решение за решаване на бизнес предизвикателство?

Обобщение на отговорите :

Шест от осемте участници смятат, че участието в консорциум на творци в общ общностен център автоматично е предизвикало повече предприемаческа мисъл. Въпреки че някои от тях не бяха прекалено наясно със значението на този термин, след като дискусиата за предприемачеството навлезе в детайли, те в повечето случаи осъзнаха, че автоматично са се насочили към този вид мислителни. Всички, които са имали опит като част от център за изкуства, се съгласиха, че подкрепата на други творци, от които да се учат и да споделят идеите си, е съществена част от творческия им процес. "Това беше нещото, което ми липсваше най-много по време на локдауна ... да бъда с други творчески хора, да споделям мисли и кафе."

Q/ Въпрос Разполагате ли с позитивни, доверени и откровени хора, които да ви помогат да мислите нестандартно?

Обобщение на отговорите:

Повечето от групата заявиха, че макар да не са имали официална консултативна група от доверени хора, която да е "положително разрушителна", те са имали неформални мрежи както в личен, така и в професионален план, в които нивото на доверие е било такова, че всички са говорили и са докладвали откровено.

Онези, които са били част от център за изкуства, са пропуснали тази подкрепа от колегите си от центъра по време на локдауна и всички смятат, че е било много ценно да го правят по-често.

Q/ Въпрос Как предпочитате да работите? Екстровеит ли сте – откривате ли най-добрите си идеи при обсъждане в група? Или сте интроверт – нуждаете се от време и пространство само за вас, за да творите?

Обобщение на отговорите:

6 от 8-те участници заявиха, че са били едновременно и двете.

"Аз съм екстровеит интроверт - през голяма част от времето работя сам, но работя и с общности." Онези, които обикновено работят сами, заявиха, че въпреки че елемент от творческия им процес означава, че се нуждаят от време за усамотение, те също биха се радвали да работят в по-голямо сътрудничество по проекти за изкуства с участие.

Q / Въпрос Как бихте могли да разгърнете потенциала си на цифровия пазар? И каква подкрепа ще ви е необходима, за да се изявявате като творец в дигиталната сфера - маркетинг и промоции?

Обобщение на отговорите:

Цялата група желаше да проучи повече цифрови възможности, въпреки че този въпрос илюстрира истинска разлика между различните участници, тъй като някои от тях бяха много по-наясно с технологиите от други. Например един от творците е работил по цифрова платформа за преподаване, но се е нуждал от по-особен вид бизнес подкрепа, до която е имал достъп от центъра за изкуства. Друг искаше семинари за това как да създава кратки видеоклипове за социалните медии - включително умения за

продуциране/монтаж. Някои участници просто искаха да разберат по-добре социалните медии и техния потенциал и как най-добре да подхождат към хората - какво съдържание и тон да използват. "Моите DTP (Настолна издателска дейност/предпечатна подготовка) умения определено се нуждаят от надграждане! Нещата се променят толкова бързо! "

Онлайн търговията с продукти беше нещо, което всички участници искаха да проучат повече – „би било чудесно, ако имахме достъп до местни производствени екипи/цифрови центрове, които да ни дадат съвет, кого да попитаме и къде да отидем?"

Q / Въпрос Проучвате ли новите таланти и технологии, които биха могли да повлияят на бъдещото ви бизнес планиране?

Обобщение на отговорите

Шест от осем отговориха с "да", че правят проучвания редовно, а по време на локдауна са имали време да проучват новите таланти и технологии повече от всякога. Повечето от тях се съгласиха, че голяма част от проучванията са свързани с проверка на конкуренцията и че всички проучвания отново зависят от времето, което имат да отделят за тях.

Q Въпрос / Как изкуството може да се превърне в занаят - да създавате творения за масовия потребител, като междувременно запазите творческите си ценности? Как можете да намерите идеалната си публика?

Обобщение на отговорите

Всички от групата искаха да намерят идеалната си публика, да разширят продукцията си, но в същото време да не се чувстват компрометирани в артистично отношение. Колективното съвместно творчество и споделянето на умения и опит бяха споменати от двама артисти, които смятаха, че работата в сътрудничество позволява както индивидуално творчество, така и по-мощно производство. Един от артистите, танцьор, заяви, че "участието в различни видове събития е наистина добър начин да намериш своето място, своята ниша и след това да я използваш, за да бъдеш по-успешен, по-търсен".

Отново бяха споменати добрите цифрови мрежи, като се наблегна на цифровата продукция, която няма да компрометира качеството на работата им - т.е. цифров печат, масово производство на стоки.

Един художник заяви, че е инвестирал в техниката, която му е необходима, за да произвежда продаваеми произведения, но трябва да разработи своя стратегия за продажби.

Q/ Въпрос Показвате ли се? Излизате ли от зоната си на комфорт и рекламирате ли се? Професионална мрежа от контакти? Разглеждате ли се като стока? Какво ви спира?

Обобщение на отговорите

Само трима от 8-те души заявиха, че са почувствали, че са излезли от зоната си на комфорт и са популяризирали дейността си чрез социалните медии и бизнес мрежите. Времето отново беше често срещан проблем -

"Работата ми обикновено идва от информация "уста на уста", тя е стабилна, може би защото е доста разнообразна, така че времето ми е ограничено."

Въпреки че всички участници имаха увереност в своята креативност и изкуство, всички те намираха за трудно да предадат това на другите под каквато и да е форма на самореклама.

"Аз се боря с това. Аз не съм специалист по самореклама."

Всички казаха, че мислят за своето изкуство като за стока, но не и за себе си като за такава.

Q./ Въпрос Някой от въпросите накара ли ви да мислите различно/конкретно за някой аспект от творческия ви бизнес? Кой конкретно?

Обобщение на отговорите

Всички членове на групата заявиха, че обсъждането на тези въпроси заедно е било толкова освежаващо и отварящо очите, че им е позволило да обмислят нови възможности и перспективи и да се замислят върху настоящата и бъдещата си практика. Всички се съгласиха, че основните аспекти, които биха приложили от това, са следните:

Да работят по-малко, да развиват повече
Социално предприятие - обвързване на уменията им със социални резултати и сътрудничество по проекти
Сътрудничество - критичните съвети от консултативна група от доверени хора са много ценни
Цифрови умения - да бъдат по-добри в популяризирането и развитието - да бъдат по-малко резистентни към социални медии
Работа в мрежа - бъдете по-смели и се включвайте повече! Разберете с кого трябва да говорите и го направете!
Подкрепа от хъба - "Дискусиите около тези въпроси бяха вдъхновяващи и мотивиращи и осъзнавам колко важно е това свързване за мен катотворец и човек."

Препратки

Traynor, K. Simpson, G. (2020) Community Hubs: ten strategies for sustainability. The Power to Change /Общностни центрове: десет стратегии за устойчивост. Силата за промяна/ Достъпно на адрес:

<https://www.saferegeneration.org.uk/Handlers/Download.ashx?IDMF=974676db-a075-475b-b8eb-ddb63a8408ec>. Видяно на 10.01.2022

Национален доклад - ФТЕ, Полша

Увод

СОЦИАЛНА ИКОНОМИКА

Социалната икономика се състои от разнообразни предприятия и организации, като кооперативи, взаимоспомагателни дружества, асоциации, фондации и социални предприятия, както и други форми, които могат да бъдат специфични за всяка страна.

Те са обединени около следните ценности:

- предимство на хората и социалната цел пред капитала;
- демократично управление;

- солидарност и реинвестиране на по-голямата част от печалбата за постигане на целите на устойчивото развитие.

Социалната икономика е основен социално-икономически участник в европейската социална пазарна икономика. Съществуват 2,8 млн. предприятия и организации на социалната икономика - от МСП/ малки и средни предприятия/ до големи групи в ЕС.

Социалната икономика е представена във всички сектори и в нея са заети 13,6 милиона души, а делът ѝ в БВП на ЕС е 8 %.

Социалната икономика се състои от разнообразни предприятия и организации като кооперативи, взаимоспомагателни дружества, асоциации, фондации, етични банки, социални предприятия и други форми, специфични за всяка страна.

Това, което ги прави част от социалната икономика, са споделените ценности и характеристики, които ги обединяват, например, че поставят хората над печалбата, че се управляват демократично и че реинвестират по-голямата част от печалбата.

СОЦИАЛНАТА ИКОНОМИКА КАТО ГЛОБАЛНО ДВИЖЕНИЕ

Според доклада на генералния секретар на ООН Кооперациите в социалното развитие (2017 г.), социалната икономика допринася с около 7 % за световния брутен вътрешен продукт (БВП).

Както се посочва в документа за размисъл на Европейската комисия "За устойчива Европа до 2030 г.", социалната икономика е възможност и двигател за изпълнението на Програмата до 2030 г. и нейните 17 Цели за устойчиво развитие (ЦУР) на европейско и световно равнище, особено за постигането на цел 8 'насърчаване на устойчив, приобщаващ и траен икономически растеж, пълна и продуктивна заетост и достоен труд".

Източник: <https://www.socialeconomy.eu.org/>



Източник: <https://www.socialeconomy.eu.org/>

Цели за устойчиво развитие (ЦУР):

1 ИЗКОРЕНЯВАНЕ НА БЕДНОСТТА/ 2 КРАЙ НА ГЛАДА/ 3 ДОБРО ЗДРАВЕ/ КАЧЕСТВЕНО ОБРАЗОВАНИЕ/ 4 КАЧЕСТВЕНО ОБРАЗОВАНИЕ/ 5 РАВЕНСТВО МЕЖДУ ПОЛОВЕТЕ/ 7 ВЪЗОбНОВЯЕМА ЕНЕРГИЯ/ 8 СИГУРНА РАБОТА И ИКОНОМИЧЕСКИ РАСТЕЖ/ 9 ПРОМИШЛЕНОСТ, ИНОВАЦИИ И ИНФРАСТРУКТУРА/ 10 НАМАЛЯВАНЕ НА НЕРАВЕНСТВАТА/11 УСТОЙЧИВИ ГРАДОВЕ И ОБЩНОСТИ/ 13 БОРБА С КЛИМАТИЧНИТЕ ПРОМЕНИ

СОЦИАЛНАТА ИКОНОМИКА НА ЕС

През последните години социалната икономика придобива все по-голяма политическа популярност като модел, който генерира положителни резултати, особено по отношение на заетостта и социалното сближаване/кохезия в Европа. Тъй като социалната икономика е вкоренена в гражданското общество и има силен социален ангажимент, тези предприятия и организации предлагат иновативни решения на основните икономически, социални и екологични предизвикателства на нашето време. Те са силни съюзници, тъй като допринасят за постигането на основните цели на ЕС.

Според проучването на Европейския икономически и социален комитет относно актуално развитие на социалната икономика на ЕС/ [Recent Evolutions of the Social Economy in the European Union](#) в Европейския съюз има 2,8 милиона предприятия и организации на социалната икономика, в които работят 13,6 милиона души и които представляват 8 % от

БВП на ЕС. Те работят с европейските институции за оформяне на икономиката на ЕС въз основа на устойчивото развитие чрез Европейски съюз, който е застъпник на сътрудничеството, демокрацията, солидарността, зачитането на многообразието, иновациите и активното гражданство.



2,8 милиона предприятия и организации на социалната икономика

13,6 милиона работни места

8 % от БВП на ЕС

232 милиона членове

Източник: <https://www.socialeconomy.eu.org/>

СОЦИАЛНАТА ИКОНОМИКА ХАРТА

На 10 април 2002 г. основните европейски участници в социалната икономика, представлявани от SER-CMAF (Европейска постоянна конференция на кооперациите, взаимоспомагателните дружества, асоциациите и фондациите), предшественик на "Социална икономика Европа", приеха Хартата на социалната икономика, преразгледана през 2015 г., в която се определят идентичността, основните ценности и характеристиките, споделяни от всички участници в социалната икономика. Европейската социална харта е договор на Съвета на Европа, който гарантира основните социални и икономически права като контрапункт на Европейската конвенция за правата на човека, която се отнася до гражданските и политическите права. Тя гарантира широк спектър от ежедневни човешки права, свързани със заетостта, жилищното настаняване, здравеопазването, образованието, социалната защита и благосъстоянието.

В Хартата се поставя специален акцент върху защитата на уязвимите лица, като възрастните хора, децата, хората с увреждания и мигрантите. Тя

изисква ползването на горепосочените права да бъде гарантирано без дискриминация.

Нито един друг правен инструмент на общеевропейско равнище не може да осигури толкова широка и пълна защита на социалните права, както тази, предвидена в Хартата, която служи и като отправна точка в правото на Европейския съюз; повечето от социалните права в Хартата на основните права на ЕС се основават на съответните членове от Хартата.

Поради това Хартата се разглежда като Социалната конституция на Европа и представлява съществен елемент от архитектурата на правата на човека на континента.

[7th edition of the Collected texts](#) / 7 мото издание на Събраните текстове/ предоставя актуализиран отчет за всички съответни инструменти на Хартата, както и за функционирането на различните органи, които участват в процедурите за мониторинг.

Хартата за социална икономика на СЕР-СМАФ е от ключово значение за определянето на социалната икономика в Европа и по света.

Полша Социална икономика ИСТОРИЯ НА СОЦИАЛНАТА ИКОНОМИКА В ПОЛША

Полша има дългогодишна традиция в социалната икономика, макар и прекъсната от важни исторически събития. Корените на полската социална икономика се намират в развитието на третия сектор, състоящ се от кооперации и взаимоспомагателни дружества, през XIX и началото на XX век. Този сектор се появява в отговор на обществените промени и навлизането на *laissez-faire* капитализма/волунтаристичен/ненамеса в частния бизнес/.

По онова време тези организации съсредоточават дейността си върху специфични области като филантропия, патриотизъм или взаимопомощ. Тяхното развитие е улеснено от Декрета от 3 януари 1919 г. за сдруженията, който им дава правен статут, подсилен по-късно през 1932 г. със "Закона за сдруженията", в резултат на което към края на 30-те години на XX век в Полша са регистрирани над 10 000 сдружения.

Този "златен век" на третия сектор е прекъснат от Втората световна война и внезапно прекъснат по време на комунистическия период. През 1947 г. социалистическият режим на Полската народна република се грижи за

разпускането или приватизацията на независимите социални институции, а до 1953 г. фондациите са закрити, а собствеността им е прехвърлена на държавата. Трябваше да се изчака до 80-те години на XX век, за да се наблюдава възраждането на полското гражданско общество със създаването на синдиката "Солидарност" като важна отправна точка. Постепенното отваряне към възраждането на третия сектор постепенно се превръща в законодателни актове. Първият от тях е Законът за кооперациите от 1982 г., с който може да се обясни, че броят на кооперациите нараства непрекъснато от 80-те до началото на 90-те години. След това законът за фондациите от 1984 г. и законът за сдруженията от 1989 г. подкрепиха тази регулация на полското гражданско общество (въпреки че всеки от тези закони беше изменен през 90-те години на XX в.).

Въпреки това комунизмът оставя тежко бреме върху полската социална икономика. Този негативен образ може отчасти да обясни постоянния спад в създаването на кооперации от средата на 90-те години на XX в. насам, а също и създаването на нови форми и структури на социалната икономика, разграничаващи се от по-старите традиционни форми от XIX в. (състоящи се от традиционните форми на сдружения, кооперации, фондации и взаимоспомагателни дружества) с тяхната социалистическа сянка, които не се считат за достатъчно модерни, за да отговорят на новите предизвикателства на кризата на социалната държава през 90-те години на XX в. Дълбоката социално-икономическа трансформация, последвала падането на комунистическия режим и прехода от централизирана към пазарна икономика, доведе до приватизация или закриване на много обществени работодатели.

Вследствие на това "новата" социална икономика съсредоточава дейностите си върху интеграцията на хората, застрашени от социално изключване, на пазара на труда чрез обучения и други подходящи дейности за постигане на тази цел на местно равнище. Новата социална икономика се състои предимно от хибридни форми на организация, тъй като разчита в голяма степен на опитите за свързване на различни сфери, а именно търговска и обществена или търговска и неправителствена.

СОЦИАЛНАТА ИКОНОМИКА В НАШИ ДНИ

Реалното развитие на новата социална икономика в Полша започна с влизането на страната в Европейския съюз през 2004 г., което даде нови възможности, особено по отношение на финансирането (структурни фондове) и най-вече чрез инициативата на общността EQUAL.

Тази програма, която се изпълняваше от 2001 г. насам в 25 държави от ЕС и се финансираше от ЕСФ и участващите държави-членки, даде възможност на междусекторните партньорства да проучат нови начини за подпомагане на най-уязвимите социални групи на пазара на труда чрез изследвания, обмен на информация и учебни посещения между държавите-членки на ЕС. Посоката на развитие на полския модул на социалната икономика без съмнение беше определена от инициативите, финансирани от програма EQUAL, които се характеризират с:

- акцентирание върху инвестирането в човешкия капитал при подценяване на социалния капитал; предпочитане на "вертикалното включване/приобщаване" в ущърб на укрепването на хоризонталните връзки, основани на муталност ("хоризонтално включване/приобщаване");

предпочитание към активни програми на пазара на труда, но при по-трудно прилагане на програми за активиране на социалното подпомагане; феноменът на сближаване на някои елементи на неправителствените организации, участващи в социалната икономика: от формата с нестопанска цел, към формата с нестопанска цел и накрая към формата с нестопанска цел.

В заключение, макар че старите организации на социалната икономика изглежда се борят с комунистическото наследство и модернизират дейността си в съответствие с най-новите социални потребности, те все още предлагат огромен, но до голяма степен неизползван потенциал, тъй като например кооперациите осигуряват важен пазар на труда за групите в неравностойно положение. Що се отнася до организациите на най-новите вълни на развитие на социалната икономика, очевидно е, че ролята на сектора се фокусира върху нуждите от заетост на хората в неравностойно положение, което трябва да се разшири, като се признае, че социалната икономика може да бъде полезно допълнение към пазарното и държавното предлагане на стоки и услуги, както и средство за решаване на социални проблеми в много различни сектори.

Различни аспекти на инициативите за социален бизнес

Социалните предприятия съчетават обществените цели с предприемаческия дух. Тези организации се фокусират върху постигането на по-широки социални, екологични или обществени цели. Европейската комисия се стреми да създаде благоприятна финансова, административна и правна среда за тези предприятия, така че те да могат да работят наравно с други видове предприятия в същия сектор. Инициативата за социално предприемачество, стартираше през 2011 г., набелязва действия за постигане на реална промяна и подобряване на положението на място за социалните предприятия.

СОЦИАЛНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Социалното предприятие е оператор в социалната икономика, чиято основна цел е да оказва социално въздействие, а не да реализира печалба за своите собственици или акционери. То функционира, като предоставя стоки и услуги на пазара по предприемачески и иновативен начин и използва печалбите си предимно за постигане на социални цели. Тя се управлява по открит и отговорен начин и по-специално включва служителите, потребителите и заинтересованите страни, засегнати от нейните търговски дейности.

Комисията използва термина "социално предприятие" за следните видове предприятия:

Тези, за които социалната или обществената цел за общо благо е причината за търговската дейност, често под формата на високо ниво на социални иновации;

Тези, чиито печалби се реинвестират основно за постигане на тази социална цел;

Тези, при които методът на организация или системата на собственост отразяват мисията на предприятието, като използват демократични принципи или принципи на участие или се фокусират върху социалната справедливост.

Не съществува единна правна форма за социалните предприятия. Много социални предприятия функционират под формата на социални кооперативи, някои са регистрирани като частни дружества с ограничена отговорност, други са взаимоспомагателни, а много от тях са организации с

нестопанска цел, като пенсионни дружества, асоциации, доброволчески организации, благотворителни организации или фондации.

Въпреки разнообразието си, социалните предприятия работят основно в следните 4 области:

- Трудова интеграция - обучение и интеграция на хора с увреждания и безработни;
- Лични социални услуги - здравеопазване, благосъстояние и медицински грижи, професионално обучение, образование, здравни услуги, грижи за деца, услуги за възрастни хора или помощ за хора в неравностойно положение
- Местно развитие на райони в неравностойно положение - социални предприятия в отдалечени селски райони, схеми за развитие/рехабилитация на квартали в градски райони, помощ за развитие и сътрудничество за развитие с трети държави;
- Други - включително рециклиране, опазване на околната среда, спорт, изкуство, култура или историческо съхранение, наука, изследвания и иновации, защита на потребителите и любителски спорт.

Структура на социалните предприятия в Полша

Социалното предприятие се определя като ориентирано към печалба с цел разпределяне на печалбата между общностите (напр. общност за хора с увреждания, местно развитие и др.). Обикновено то е местно. Социалните предприятия очертават нови пътища, които се различават както от класическите предприятия, ориентирани към печалба, така и от тези с нестопанска цел. Те правят това, като се фокусират върху производството и генерират печалба както за преразпределяне към социални цели, така и в някои случаи към партньорите.

Най-изчерпателното определение за социално предприятие изглежда е въведено от Wygnanski&Franczek (2006): Социалното предприятие е частна, автономна организация, предоставяща продукти или услуги за широката общност, която е основана от група граждани и чиято печалба е ограничена. Социалното предприятие отдава голямо значение на своята автономност и

е готово да поеме икономически риск, свързан с постоянната му социално-икономическа дейност.

РАЗВИТИЕТО НА СОЦИАЛНИ ПРЕДПРИЯТИЯ В ПОЛША

След 1989 г. избухват икономически и социални инициативи. Това беше подкрепено от новата полска конституция (в сила от 1997 г.), която силно подчертаваше значението на социалната икономика. В Полша огромното мнозинство от социалните организации (НПО) са регистрирани като сдружения или като фондации; първоначално едва ли са ориентирани към мисията, но все повече се ангажират с изграждането на своята финансова устойчивост (Доклад, 2012).

Според националната база данни (bazy.ngo.pl) в Полша има 157 191 регистрирани НПО. Над 80 % от НПО не наемат работници, а разчитат предимно на доброволци. Само 7 % от тях осъществяват икономическа дейност. Статистическите данни за 2013 г. разкриват, че по това време 11 000 НПО от общо 82500 (т.е. 13%) са предоставяли стопанска дейност с нестопанска цел. Освен това има около 600 регистрирани кооперации, като половината от тях са активни. Съществуват и около 80 работилници за професионално активиране. Правният акт за създаване на социални кооперации е приет през април 2004 г. и е изменен през април 2006.

Предимството на полските разпоредби е, че те дават възможност за избор между множество организационни форми в зависимост от планираните дейности. Най-популярните социални предприятия са: социални кооперации, НПО, дружества с нестопанска цел, сдружения и фондации.

Многообразието от организационни и правни форми се счита от мнозина за силна страна на полското предприемачество, която гарантира гъвкавост и възможност за избор на тази, която най-добре отговаря на нуждите на социалните предприемачи. От друга страна, съществува желание за по-унифициран подход, който да доведе до един общ закон за социалните предприятия.

Обратна връзка от проучването за ГМУ

Fundacja Tale Euro Est реши да организира проучването за ГМУ онлайн. Решихме да организираме проучването онлайн поради ограниченията в Covid-19.

Онлайн срещата с участието на 10 творци се проведе в сряда, 25 август 2021 г., в 18:00 ч., със следния кратък дневен ред:

1. Въведение от страна на ITG относно проекта PINOLO на ЕС (10 мин.);
2. Представяне на Ю.1 и ролята на ГМУ (10 мин.);
3. Как да използвате въпросника на Survio.com (5 мин.);
4. Попълване на въпросниците (25 мин.);
5. Обобщаване на резултатите (10 мин.);
6. Обсъждане в цялата група и получаване на обратна връзка (30 мин.);
7. Размисъл (10 мин.);
8. Обобщаване (5 мин.).

Всичките 10 участници бяха артисти или служители в артистичния сектор: 5 жени и 5 мъже. Сред анкетираните 6 са независими творци (скулптор, музикант, графичен дизайнер, писател, дизайнер на бижута и скулптор), 4 са служители на малки компании в сектора.

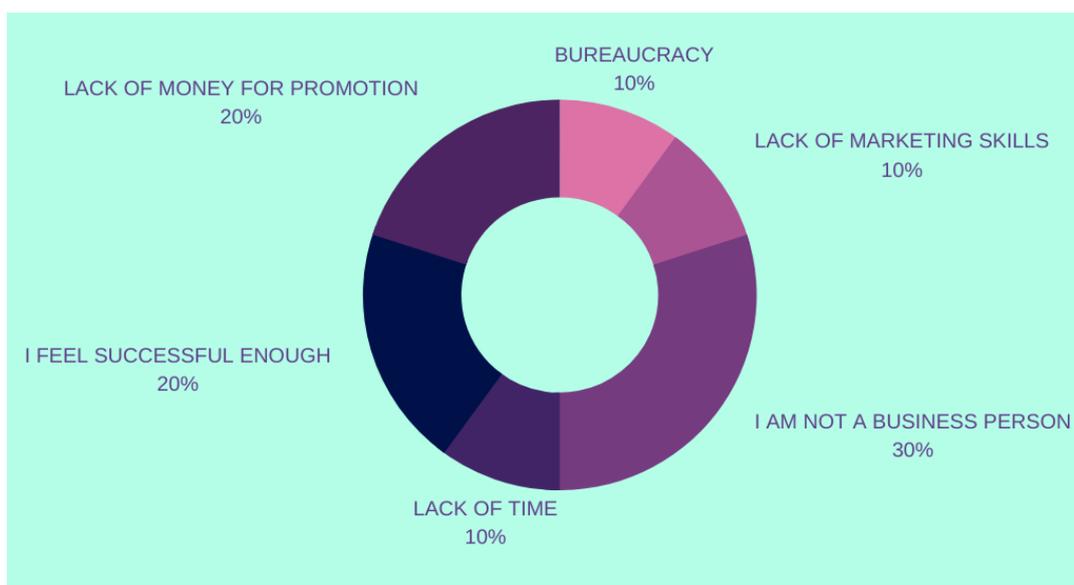
Таблица:

РЕЗЮМЕ: Почти всички респонденти се чувстват напълно уверени като артисти/творци. Само един от тях се чувства напълно уверен като бизнесмен/предприемач (в повечето случаи те не се чувстват уверени в тази област). Обикновено те потвърждават, че чувстват липса на бизнес умения. В повечето случаи смятат, че насоките за подкрепа на бизнеса биха увеличили успеха им, въпреки че двама респонденти имат сериозни съмнения за това. Почти всички казват, че работата им има както социална, така и търговска стойност (един човек има съмнения).

ВЪПРОС 1: Във вашата творческа работа – подготвени ли сте да правите грешки?

РЕЗЮМЕ: В повечето случаи да, но те не се чувстват комфортно с това. Един човек каза, че е перфекционист, което го прави труден за приемане на грешки.

ВЪПРОС 2: Кои според вас са основните пречки вашият бизнес да бъде по-успешен?



- липсата на пари за популяризиране (20)
- чувствам се достатъчно успешен (20 %)
- бюрокрацията (10%)
- липсата на маркетингови умения (10%)
- не съм бизнесмен (30 %)
- липсата на време (10%)

РЕЗЮМЕ: По-голямата част от анкетираните отговарят, че не са бизнесмени (30 %), пречка е липсата на пари за популяризиране (20 %), чувстват се достатъчно успешни (20 %). 10% виждат бариерата в бюрокрацията, липсата на маркетингови умения или липсата на време.

ВЪПРОС 3: Знаете ли какво е социално предприятие и какво това би значило за вашия творчески бизнес?

РЕЗЮМЕ: В повечето случаи те са чували за него, но обикновено го свързват с предишния политически период в Полша. Мнозинството твърди, че не знае как да го съчетае с художествената индустрия.

ВЪПРОС 4: Бихте ли посещавали бизнес обучения или групи за подкрепа?

РЕЗЮМЕ: В повечето случаи те биха искали да посетят някакво бизнес обучение, но често условието е било то да не е онлайн.

ВЪПРОС 5: Търсите ли иновации? Например, нови начини да правите нещата, промяна/подобрения в процеса с цел удовлетворяване на потребностите и желанията на клиента (за продукти и услуги)?

РЕЗЮМЕ: Те търсят иновации, но обикновено се фокусират върху иновациите в своята индустрия. Те не се интересуват много от електронна търговия или маркетинг, обикновено искат да развият артистичните си умения.

ВЪПРОС 6: Отделяте ли редовно време за търсене на нови креативни концепции, оглеждате ли се за възможности извън вашия бизнес – например шоу с търговска цел, семинари, чужди изложби?

РЕЗЮМЕ: В повечето случаи те обичат да се развиват, особено анкетираните, които са близки до занаятчиите (моден дизайнер и дизайнер на бижута). Някои от тях са посветени само на изкуството, така че ако участват в някои събития, те обикновено са свързани с техния бранш, а не с маркетинга или електронната търговия.

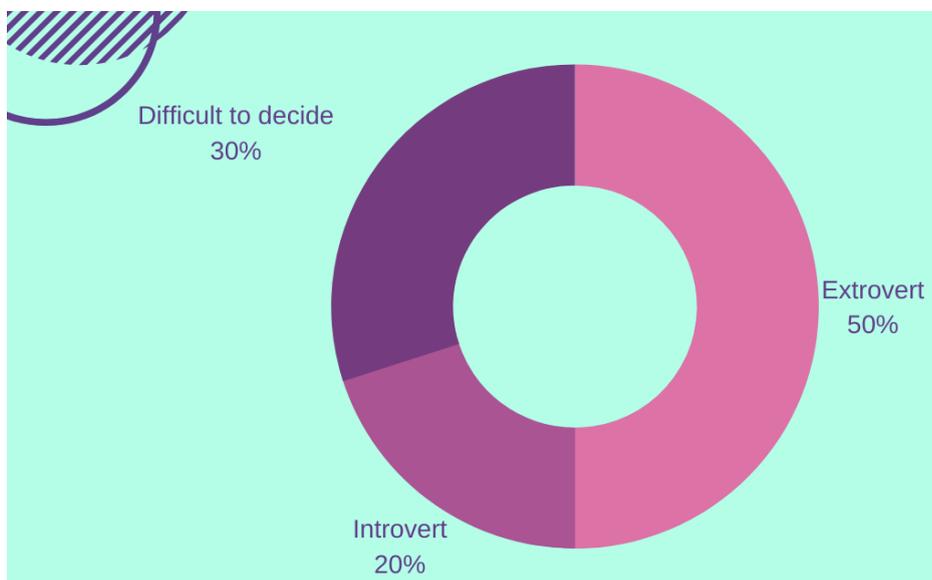
ВЪПРОС 7: Дали хората около вас са любознателни и предприемчиви? Обграждате ли се с други предприемачи и обсъждате ли идеи, за да изпробвате и изберете най-иновативното решение за решаване на бизнес предизвикателство?

РЕЗЮМЕ: Обикновено не намират хора като любознателните предприемачи, но твърдят, че са заобиколени от умни, креативни хора и използват иновативните им идеи в собствения си бизнес.

ВЪПРОС 8: Разполагате ли с позитивни, доверени и откровени хора, които да ви помогат да мислите нестандартно?

РЕЗЮМЕ: Най-често те твърдят, че са хората, които обикновено мислят нестандартно. Проблемът е да го превърнат в търговски успех.

ВЪПРОС 9: Как предпочитате да работите? Екстровеърт ли сте – откривате ли най-добрите си идеи при обсъждане в група? Или сте интроверт – нуждаете се от време и пространство само за вас, за да творите?



трудно е да реша 30 %
екстроверти 50 %
интроверти 20 %

РЕЗЮМЕ: 50 % от анкетираните отговарят, че са екстроверти, 20 % твърдят, че са интроверти, за 30 % е трудно да решат (в зависимост от ситуацията и средата те променят поведението си).

ВЪПРОС 10 Как бихте могли да разгърнете потенциала си на цифровия пазар? И каква подкрепа ще ви е необходима, за да се изявявате като творец в дигиталната сфера - маркетинг и промоции?

РЕЗЮМЕ: Повечето анкетирани знаят за потенциала на цифровия пазар, но обикновено признават, че се нуждаят от професионално обучение, за да научат как да го използват правилно.

ВЪПРОС 11: Проучвате ли новите таланти и технологии, които биха могли да повлияят на бъдещото ви бизнес планиране?

РЕЗЮМЕ: В повечето случаи те следват тенденциите и технологиите, но обикновено това се дължи на техния бранш, а не на маркетингови или бизнес умения.

ВЪПРОС 12: Как изкуството може да се превърне в занаят - да създавате творения за масовия потребител, като междувременно запазите творческите си ценности? Как можете да намерите идеалната си публика?

РЕЗЮМЕ: В повечето случаи те признават, че творбите им са едновременно и изкуство, и занаятчийство. Границата е много тънка и те знаят, че изкуството трябва да бъде полезно, за да получи популярност. Интересна идея как изкуството може да се превърне в занаятчийство е да се наеме художник, който да проектира средата и нещата, които хората използват в ежедневието си, като стъкло, мебели и т.н.

ВЪПРОС 13: Рискувате ли? Излизате ли от зоната си на комфорт и рекламирате ли се? Професионална мрежа от контакти? Разглеждате ли се като стока? Какво ви спира?

РЕЗЮМЕ: В повечето случаи те са готови да излязат от зоната си на комфорт, но обикновено за да имат директен контакт с публиката. Анкетираният признават, че гласът на публиката е най-важен за тях.

ВЪПРОС 14: Някой от въпросите накара ли ви да мислите различно/конкретно за някой аспект от творческия ви бизнес? Кой конкретно?

РЕЗЮМЕ: В повечето случаи те твърдят, че въпросникът е бил вдъхновяващ, особено по отношение на електронната търговия.

Заклучение

Поради ограниченията, причинени от пандемията Covid-19, секторът на изкуствата в Полша бе силно засегнат. Освен творците, безработицата засегна и други професии, свързани с изкуството, като осветители, звукорежисьори, мениджъри и културни работници.

Ограниченията върху организирането на срещи, концерти, изложби и др. имат дългосрочни последици. Полското правителство е създадо програми за подпомагане на творци, но не всички от тях отговарят на необходимите условия, което ги оставя без доходи в продължение на много месеци.

Попитахме 10 творци за техния опит в тази трудна ситуация: 5 жени и 5 мъже, свързани с различни индустрии като визуални изкуства, компютърна

графика, дизайн на бижута, театър, музика, писане, скулптура, моден дизайн. Сред тях има независими творци (скулптор, музикант, графичен дизайнер, писател, дизайнер на бижута) и работници от сектора, заети в малки предприятия (актриса и актьор, музикант, моден дизайнер).

Проблемът на творците, независимо от ограниченията на Covid-19, е липсата на бизнес умения, което те признават. В същото време много от тях биха искали да развият знанията си в тази област, например да преминават професионално обучение.

Бариерата пред развитието на бизнеса им е не само липсата на знания, но и липсата на време и ангажираност с темата за маркетинга. Някои от тях не се интересуват от темата за популяризирането, докато двама от тях се чувстват напълно удовлетворени от постигнатото.

Един от вдъхновяващите и провокиращи размисъл въпроси беше за цифровите възможности, които онлайн маркетингът предоставя на бизнеса. Оказа се, че повечето от анкетираните са наясно с възможностите, но им липсват подробни познания за съвременната електронна търговия, особено като се има предвид, че тази индустрия се развива много бързо.

Те също така възприемат липсата на способност да претворят знанията, които притежават, в реалното развитие на своя бизнес, т.е. да превърнат теорията в практика.

Референции :

УЕБ СТРАНИЦИ:

1.

<https://ashoka-cee.org/poland/wp-content/uploads/sites/4/2017/03/EF-ESEIS-National-Report-Poland.pdf>

2. <http://ceson.pl/index.php?page=ogolnopolski-zwiazek-pracodawcow-z-akladowaktywnosci-zawodowej-i-innych-przedsiębiorstw-spoecznych>

3. <https://www.coe.int/en/web/european-social-charter>

4. <https://www.ess-europe.eu/sites/default/files/read-more.pdf>

5. <https://www.socialeconomy.eu.org/>

6. <http://www.spoldzielniiesocjalne.org/>

ЛИТЕРАТУРА:

1. Hubrich D.K., Bund E., Schitz B., Mildenerger G., /“Comparative case study report on the state of the social economy”, Сравнителен доклад за състоянието на социалната икономика”, резултат от проекта "Теоретична, емпирична и политическа основа за изграждане на социални иновации в Европа (TEPSIE), European Commission, 7th Framework programme, Brussels, 2012

2. Mendell, M. et al. (2009), /“Improving Social Inclusion at the Local Level Through the Social Economy: Report for Poland” Подобряване на социалното приобщаване на местно равнище чрез социалната икономика: Доклад за Полша, OECD Развитие на местната икономика и заетост/ Local Economic and Employment Development /(LEED) Working Papers, 2009/01, OECD.

3. Социална икономика в Полша/Social economy in Poland”,
<http://www.ekonomiaspoleczna.pl/x/433523>, обновена на 25/07/2012

Национален доклад – ITG, Франция

Увод

Понятието "социална и солидарна икономика" (ССИ) се отнася до група от дружества, организирани под формата на кооперации, взаимоспомагателни

дружества, асоциации или фондации, чието вътрешно функциониране и дейности се основават на принципа на солидарността и социалната полезност.

Тези дружества прилагат демократични методи на управление с широко участие. Те стриктно регулират използването на реализираните печалби; индивидуалната печалба е забранена, а резултатите се реинвестират. Финансовите им ресурси обикновено са частично публични. ЕСС обединява различни дружества и организации: [\(cooperatives, NPOs, associations, mutual societies](#) or [foundations](#) кооперативи, НПО, асоциации, взаимоспомагателни дружества които се стремят да съчетаят икономическата дейност и социалното равенство. От справедливата търговия до фондовете за солидарност, през социалните иновации в областта на околната среда [protection](#), защита борбата с изключването, здравеопазването или равните възможности, ЕСС дава отговор на много съвременни обществени предизвикателства.

Организациите на социалната икономика се придържат към основополагащи принципи, сред които: търсене на колективна полезност, нестопанска или ограничена рентабилност (печалбата се реинвестира в служба на колективния проект), демократично управление (предимство на хората пред капитала: "1 човек = 1 глас", участие на заинтересованите страни).

Терминът "социална икономика" *stricto sensu* /в тесен смисъл/ се отнася до подхода, който исторически разграничава сектора според правния статут на организациите: при този подход социалната икономика се отнася до сдружения, кооперации, взаимоспомагателни дружества, фондации, дарения [funds](#), средства/фондове, независимо от техните [corporate purpose](#) корпоративни цели или дейности.

По-общо, "солидарната икономика" може да се разглежда като резултат от движение, утвърдено през 90-те години на ХХ век, което се определя по-скоро от целта на организацията, понякога от нейните дейности и управление, независимо от нейния статут [fair trade](#), честна търговия, интеграция чрез [economic activity](#), икономическа дейност и т.н. Терминът "солидарност" обикновено характеризира форма на реципрочност, която има предимство пред принципите на пазара и разпределението. Тя се определя по политически начин като всички дейности по производство, размяна, спестяване и потребление, които допринасят за [democratization](#)

демократизацията на икономиката въз основа на поетите от гражданите ангажменти.

Социална икономика във Франция

Кратко определение на социалната и солидарна икономика (ССИ)

Социалната и солидарната икономика (ССИ) обединява всички икономически структури, чийто статут, организация, функциониране и дейност се основават на принципите на солидарност, справедливост и социална полезност. Една от целите на тези структури е да насърчават създаването на работни места с оглед на интеграцията и/или реинтеграцията, както и на по-голямото социално сближаване. Създадени предимно като асоциации, взаимоспомагателни дружества, кооперации или фондации, дружествата на ССИ приемат механизми за управление и вземане на решения, основани на участието и демокрацията, като строго контролират използването на финансовите резултати (без лична печалба, реинвестиране на печалбата). При условие, че бъдат одобрени, те имат достъп за част от ресурсите си до целево публично финансиране.

Концепцията за ССИ е сходна и с тази за "кръговата икономика", която се състои в производството на стоки и услуги по устойчив начин чрез ограничаване на потреблението и разхищението на ресурси и производството на отпадъци. Става въпрос за преминаване от общество на еднократната употреба към по-кръгов бизнес модел.

Участниците в социалната и солидарната икономика (ССИ)

Развитието на ССИ и нейната подкрепа зависят основно от признаването ѝ от публичните власти (от висшите политически органи до местните лица, вземащи решения) и от икономическия свят като цяло. Поради това различните участници в социалната и солидарната икономика постепенно се структурират, така че да работят в условията на взаимно допълване, за да защитават и популяризират ценностите на ССИ и да насърчават нейното финансиране чрез създаване на публични и частни партньорства.

Икономическата тежест и някои основни констатации на ССИ (социална и солидарна икономика)

Като част от стратегията си "Европа 2020" Европейският съюз разработва пакет от мерки в полза на ССИ както по причини, свързани с икономическия растеж, така и със социалното сближаване. Относителната тежест на ССИ в икономиката като цяло наистина става все по-значима (вж. нашата статия: "The [growing social and solidarity economy](#)"). (' Разтящата социална и солидарна икономика'). Само за територията на Франция, цифрите за 2015 са следните:

2.5 милиона служители

221,325 структури, обозначени като ESS/ССИ

10.5% от общата заетост

13,9 % от заетостта в частния сектор

15% от заетостта на жените

+ 25% от заетите от 2000 г. насам

600 000 свободни работни места до 2020 г. (създаване и заместване на пенсионери)

730 000 сдружения, или 170 000 работодатели за 1 780 000 служители;

21 000 кооперативни предприятия за повече от 900 000 служители;

38 милиона членове и 55 000 служители в здравни взаимоспомагателни дружества;

21,4 милиона членове и 33 000 служители във взаимозастрахователни дружества;

близо 2 000 фондации;

31 700 служители в 546 интеграционни предприятия

Различни аспекти на инициативите за социален бизнес

Социалната и солидарната икономика: нов предприемачески модел в услуга на общия интерес?

Тъй като социалната и солидарната икономика е в процес на пълно развитие, тя предизвиква интереса на много компании. Социалното предприемачество и социалното вътрешно-фирмено предприемачество сега са сред въпросите, които се поставят най-често от дружествата. Сътрудничеството между ССИ и традиционната икономика се умножава и разнообразява до такава степен, че някои виждат в ССИ появата на нов

модел на предприемачество, способен трайно да промени начина, по който компаниите (включително най-големите) извършват стопанска дейност.

В съвременна Франция социалната и солидарната икономика, транспонирането на solidarity of /солидарността на късния 19ти век. Държавата е тази, която дава тласък и координира действията на взаимоспомагателните дружества и асоциации, които осигуряват голяма част от ССИ като същевременно организират полутърговски сектор.

Законодателство/регулация

Във Франция правителството на Жоспен назначава през 2000 г. първия държавен секретар по въпросите на солидарната икономика - еколога Guy Hascoët, заемащ поста до 2002Неговият секретариат е в основата на нов статут на сътрудничество - този на SCIC (Кооперативно дружество с колективен дял). През 2012 г. правителството на Jean-Marc Ayrault на свой ред назначи министър на този сектор / sector (Benoît Hamon, Делегиран министър към министъра на икономиката и финансите, отговарящ за социалната и солидарната икономика и потреблението)²¹.

Във Франция ССИ беше предмет на закон Law No. 2014-856, обнародван през юли 2014 г. и допълнен през септември 2016 г. Този закон има за цел да установи и консолидира правилата и управлението на социалната и солидарната икономика, както и методите за нейното финансиране. По-специално, той отваря ССИ за структури с търговски статут, които избират нейните принципи и интегрират целите на социалната ползност. Законът предвижда и актуализирана система за одобрение, известна като ESUS ("Entreprise solidaire d'utilité sociale") /Солидарно предприятие със социална полза). Това одобрение е необходимо за получаване на определен брой целеви помощи и финансиране.

В член 1 от Закон № 2014-856 от 31 юли 2014 г. за социалната и солидарната икономика за първи път се дава законодателно определение на ССИ във Франция, която се определя като "начин на предприемачество и икономическо развитие".

Законът от 2014 г. разширява историческия обхват на социалната икономика (асоциации, кооперации, взаимоспомагателни дружества и фондации), като

позволява на некооперативни търговски дружества да бъдат част от ССИ. Указът, който е в сила от 2016 г., определя критериите, на които трябва да отговарят тези "търговски дружества на ССИ": да имат цел, различна от разпределяне на печалбата, демократично или участващо управление и да отделят по-голямата част от печалбата си за поддържане или развитие на дейността си.

Както вече беше обяснено, следователно ССИ обединява много различни организации и определянето на точния ѝ обхват понякога все още е предмет на дебати. Те се възползват от правната рамка, укрепена от Закона, както е изменен [No. 2014-856 of 31 July 2014, as amended](#), за социалната и солидарната икономика.

Декрет от 25 март 2021/ [decree of 25 March 2021](#) допълва мисиите на Генералната дирекция на/Държавна хазна/ [Treasury](#) насърчаването на развитието на социалната, солидарната и отговорната икономика и премахва функцията на върховен комисар по въпросите на социалната и солидарната икономика и социалните иновации.

Във Франция много дискутиран е въпросът за данъчното облагане на дейностите, както при ДДС (пълно или частично освобождаване, за кои сектори), така и при корпоративния данък (освобождаване, 24%, 33%, сектори). Именно в този данъчен и финансов аспект е заложено бъдещето на ССИ според някои движения. Всъщност възниква въпросът за данъчното облагане на някои пазарни дейности, извършвани от сдружения, които претендират да бъдат ССИ, при тарифни условия и услуги, много сходни с тези на частния сектор: туризъм за младежи, спортни практики.

Законът [PACTE law](#) (« Action plan for business growth and transformation” : PACTE) (План за действие за бизнес растеж и трансформация” : PACTE), приет от Парламента на 11 април 2019 г., ръководен от Bruno Le [Maire](#), потвърждава създаването на нов фирмен статут, който поражда опасения за разширяване на обхвата на компаниите, които могат да се възползват от данъчни облекчения в името на социалната и солидарната икономика, което тревожи участниците в ЕСС, които виждат риск от изкривяване [30](#). Това е статут на фирма с мисия / [mission](#).

Дял на социалната и солидарната икономика във Франция

Във Франция този сектор представлява повече от 10 % от **salaried jobs**, на платени работни места, като този дял се увеличава с течение на времето (9,6% през 2005 г., 10,5% през 2013 г. и 14% през 2019 г.).

През 2019 г. социалната икономика с 2,5 млн. заети лица представлява почти 14% от общия брой наети лица във Франция.

Секторът на дейност "социални дейности" е най-големият с 44% от заетите в социалната икономика, следван от образованието с 15%.

В сдруженията работят 78% от служителите в социалната икономика, в кооперациите - 13%, във взаимоспомагателните дружества - 6%, а във фондациите - 3%. Кооперациите са представени главно във финансовия и застрахователния сектор (асоциациите отсъстват от този сектор), както и в магазините и транспорта. Взаимоспомагателните дружества са представени главно във финансовия и застрахователния сектор. Фондациите присъстват главно в три сектора: човешко здраве, социални дейности и обществени/екологични дейности ("кръгова икономика") ("circular economy").

Брой на заетите лица в социалната икономика по семейства от социалната икономика и сектори на дейност

Сектор	Общ брой на заетите лица	От които - кооперативи	От които взаимоспомагателни дружества	От които асоциации	От които фондации
Селско, горско и рибно стопанство	11 216	6 588	0	с	с
Промисленост и строителство	51 879	46 334	0	4 753	с
от които храни, напитки, тютюн	24 614	с	с	с	с
Търговия, транспорт, жилищно настаняване и храни	93 573	60 863	4 696	27 333	691

От които търговия	59 648	53 808	4 501	1 159	0
Финанси и застрахователна дейност	266 337	167 297	86 531	c	c
Информация и комуникации, дейности с недвижими имоти, подпомагане на бизнеса	161 581	21 317	1 463	122 229	6 552
Публична администрация, образование, човешко здраве и социални дейности	1 499 722	0	0	1 378 792	73 283
от които образование	361 222	c	c	340 605	8 420
от които човешко здраве	179 762	c	c	130 578	26 878
от които социални дейности	868 768	c	c	907 609	37 985
Социокултурна анимация (насърчаване на участието на общността и самопомощта)	310 914	c	c	305 326	2 453
от които изкуства, развлечения, дейности за отдых	128 162	c	0	126 363	c
Общо	2 372 812	308 632	136 723	1 844 647	83 010

Данните за 2019 г. обхващат, както и през предходните години, само четирите традиционни групи на социалната икономика: кооперации, взаимоспомагателни дружества, асоциации и фондации за заетост. В тях не са включени публичните администрации, организациите на работодателите и консултантските организации, синдикатите на работниците и служителите и политическите или религиозните организации. Този периметър обикновено се следва под наименованието "социална икономика", докато

"солидарната икономика" се отнася до търговските дружества от ССИ (интеграционни дружества, дружества за справедлива търговия...).

Източник: Цифри за ССИ/ Портал на участниците в ССИ/ [Chiffres de l'ESS | Portail des acteurs de l'Économie Sociale et Solidaire \(esspace.fr\)](https://www.esspace.fr/chiffres-de-l-ess.html)
<http://www.esspace.fr/chiffres-de-l-ess.html>

Специфично пособие за периодично наети изпълнители/ работници в развлекателната индустрия във Франция:

Във Франция периодично наетият изпълнител (IDS) е професионален твпрец/[artist](#) или техник/[technician](#) който работи за компании в областта на сценичните изкуства, кино/[arts](#), [cinema](#), и аудиовизия и които получават обезщетения, според критериите за брой отработени часове, и след допълнителна вноска, прилагана само за този социално-професионален сегмент, обезщетения за безработица. През 1984 г. е имало 9060 бенефициенти, през 1991 г. - 41 038, през 2013 г. - 106 000, през 2016 г. - 117 000 и през 2019 г. - 130 0003. Тази схема за обезщетение за безработица позволява на твореца или техника да получи обезщетение, когато не е на трудов договор. Периодично работник - да не се бърка с временния работник - е работник, нает на т.нар. обичаен срочен договор (CDDU). В това си качество той получава заплащане от работодателя си на час или на марка за репетиции и изпълнения в зависимост от естеството на работата или професията си.

От октомври 2014 г., както и служителите по общата схема, той получава обезщетение за завръщане на работа между два периода по трудов договор, което се основава на броя на дните, подлежащи на компенсирание, изчислявани ежемесечно от Службата по заетостта. По този начин той може да комбинира обезщетението и заплатата си всеки месец, при специални условия.

През март 2020г., когато във Франция избухва пандемията Covid-19, правителството решава да отмени събиранията на цялата територия. Вследствие на това, каскадно отменяне на летни фестивали и затворени представления без официална дата за възобновяване, културният сектор е много силно засегнат от здравната криза. Лятото обикновено е много дълъг период на работа за работещите с прекъсвания, затова те се опасяват, че ще се окажат в невъзможност да работят и да внасят достатъчно, за да

бъдат обхванати от осигуровката за безработица. В края на юли 2020 г. правителството решава да запази обезщетението на работещите с прекъсване в развлекателната индустрия до 31 август, 2021.

Въпреки това, при липсата на договори поради прекратяването на дейността на работодателите в културния сектор по време на полицейския час и периодите на ограничения, обезщетенията за безработица вече не са допълнение към доходите от трудова дейност, а понякога са единственият доход на работещите с прекъсване в развлекателната индустрия.

Перспективи

Докладът за перспективите пред солидарната и социалната икономика през 2017 г. на Камарата на ССИ (ССИ Франция) предизвиква няколко тенденции: по-трудна конкуренция в историческите сектори на ССИ и положителни перспективи в сектори, в които тя не присъства в миналото. Описаният контекст е на "настрещни ветрове"/изпитания/съпротива/, ССИ изпитва трудности да утвърди своята специфика в условията на тенденция към намаляване на цените и публичната подкрепа, към сближаване между различни видове участници.

Въздействие на Covid-19 върху ССИ

Националната локдаун във Франция през март 2019 г. поради пандемията Covid-19 предизвика проблеми за много участници. Но бяха осъществени някои национални инициативи, сред които:

- [UrgencESS one-stop shop](#) за структури с по-малко от 10 служители е отворена от 22 януари 2021 г. Тя се ползва от спешен фонд в размер на 30 млн. евро, за чието разпределение в цяла Франция отговаря мрежата France Active.- [The UrgencESS one-stop shop for structures with less than 10 employees](#)-

- Основните мерки за подкрепа на структурите на ССИ, на уебсайта на Banque des territoires- France Relance: 15 първи покани за проекти в полза на социалната и солидарната икономика, във всички територии, 1 декември 2020 г.- Мерки за подкрепа на структурите на ССИ на национално и регионално равнище, с точки за контакт по региони, 30 октомври 2020.

Различни аспекти на инициативите за социален бизнес

Социалните предприятия имат за цел да реализират печалба като традиционните предприятия, но това, което ги отличава, е начинът, по който

реинвестират или даряват печалбата за създаване на положителна социална промяна. Тази допълнителна мисия ги прави структура, близка до асоциациите или фондациите. При тях също така се наблюдава дух на сътрудничество (даване и приемане), партньорство и колективен подход, доста далеч от индивидуалистичните компании.

Участникът в структурите на ССИ трябва да бъде печеливш и да получава подкрепа, за да изпълнява мисията си, независимо от правната форма на дружеството (фирма, сдружение...) или от извършваната дейност.

Участниците се нуждаят от реално и активно представителство, за да съществуват, да се популяризират и да печелят подкрепата на публичните и териториалните власти.

Във Франция сред най-представителните организации са:

- Le Conseil national des chambres régionales de l'économie sociale /Национален съвет на регионалните камари на социалната икономика (CNCRES) или Национален съвет на регионалните камари на социалната икономика;
- Le Mouvement associatif /Асоциирано движение (или Асоциирано движение) ;
- Coop FR (кооперации) или кооперативи във Франция ;
- Le Mouvement des entrepreneurs sociaux (Mouves) или Движението на социалните предприемачи;
- La Fédération nationale de la mutualité française /Национална федерация на френската взаимопомощ (FNMF);
- Le Mouvement pour l'économie solidaire (МЕЕ) или Движение за солидарна икономика
- La Fédération des entreprises intégrées или Федерацията на интеграционните предприятия.

Структура на социалните предприятия във Франция

Във Франция има няколко различни възможности за структуриране на социално предприятие и изборът на структура е важен, тъй като може да

окаже значително въздействие върху управлението и бъдещата гъвкавост на предприятието. Сред основните участници ¹ са:

ESS France/ECC Франция (слята с CNCRESS през 2020 г.) осигурява представителството и популяризирането на ССИ пред публичните органи на национално равнище.

> www.ess-france.org

Mouvement Impact France обединява социални предприемачи в активна и отворена общност и внася техните очаквания и решения в обществения дебат и публичните политики.

> www.impactfrance.eco

Mouvement pour l'économie solidaire (MES)/ Движение за солидарна икономика насърчава солидарната икономика и подпомага сътрудничеството и работата в мрежа между участниците в нея.

> www.le-mes.org/spip.php

- Union des employeurs de l'économie sociale et solidaire (UDES) Съюз на работодателите в ССИ обединява 23 работодателски групи и съюзи (асоциации, взаимоспомагателни дружества, кооперации) и 16 браншови и професионални сектора. Това е единствената многопрофесионална организация на социалната и солидарната икономика. Тя обединява 80 % от обединените работодатели в социалната и солидарната икономика.

> www.udes.fr

- Réseau des collectivités Territoriales pour une Economie Solidaire (RTES) / Мрежа на местните власти за солидарна икономика /обединява повече от 140 местни и регионални власти с цел насърчаване,

¹Източник : [Acteurs représentatifs en France | Avise.org : https://www.avise.org/decouvrir/ess/acteurs-representatifs-en-france](https://www.avise.org/decouvrir/ess/acteurs-representatifs-en-france)

укрепване, и *developing the* развива ССИ на своите територии.

> www.rtes.fr

Асоциации

Le Mouvement Associatif е гласът на социалната динамика. Ролята му е да насърчава асоциациите, да прави така, че гласът на асоциациите (работодатели и неработодатели, т.е. съставени само от доброволци) да се чува в общественения дебат и да позволява на асоциациите да се "движат".

> lemouvementassociatif.org

Кооперативи

- СоорFR е член на Международния кооперативен алианс, представител на френското кооперативно движение, който защитава и насърчава неговите интереси.

> www.entreprises.coop

- Соорérer pour entreprendre/ Сътрудничество за предприемачество/ е член на Международния кооперативен алианс, представител на френското кооперативно движение, който защитава и насърчава неговите интереси.

> cooperer.coop

- Сореа е мрежа от кооперативи за дейности, насочени към обединяване на знания, инструменти, споделяне на опит и ноу-хау за развитие и подкрепа на дейностите на предприемачите в дългосрочен план.

- > www.copea.fr

Confédération générale des Scop (CG Scop) е говорител на движението на производствените кооперации (Scop) и кооперациите с колективен интерес (Scic) пред публичните власти и политическите, икономическите и социалните участници.

- > www.les-scop.coop

Фондации

- Centre français des fonds et des fondations de France (CFF) /Френски център за фондове и фондации на Франция/ обединява повече от 300

членове, които насърчават и защитават интересите на филантропските инициативи пред публичните власти и широката общественост.

> www.centre-francais-fondations.org

Взаимоспомагателни/взаимни дружества

- Fédération nationale de la Mutualité Française включва почти всички здравни взаимоспомагателни дружества във Франция. Тя представлява движението на взаимопомощните организации, популяризира техните дейности и интереси пред публичните органи и участниците в здравеопазването и социалната защита. Федерацията е представена на местно ниво от 17 регионални съюза, представени на територията на страната.

> www.mutualite.fr

Интеграция чрез икономическа дейност

Structures d'insertion par l'Activité Economique (SIAE) /Структури за интеграция чрез икономическа дейност/ могат да изберат да се присъединят към различни мрежи, които ги представляват пред публичните органи и им предоставят инструменти за насърчаване на тяхната професионализация, развитие и взаимно опознаване.

COORACE е федерация на повече от 500 предприятия от ЮИЕ, които работят за заетост, приобщаване и развитие на солидарни територии. Нейни членове са по-специално структури за интеграция по икономическа дейност (около 400), групи за икономическа солидарност и организации за услуги за хората (ОУП), обединени под марката Proxim'Services.

> www.coorace.org

Fédération des entreprises d'insertion rassemble des plus de 600 entrepreneurs, entreprises d'insertion (EI) /Федерацията на интеграционните предприятия обединява повече от 600 предприемачи, интеграционни предприятия/ и entreprises de travail temporaire d'insertion (ETTI) /фирми за временна заетост и интеграция/, чиято обща черта е, че поставят своя икономически проект в услуга на социална цел.

> www.lesentreprisesdinsertion.org

Увреждане/инвалидност/, здраве

Структурите, които позволяват на хората с увреждания да получат достъп до заетост в условия, съобразени с техните възможности, разполагат също така със специализирани мрежи, които ги представляват пред публичните органи, ползват се от инструменти, насърчаващи тяхната професионализация, развитие и взаимно опознаване.

Union Nationale des Entreprises Adaptées (UNEA)/ Национален съюз на адаптирани предприятия/ е професионална асоциация, която обединява адаптирани предприятия/ Entreprises Adaptées (EA) и ги представя пред публични и частни участници.

> www.unea.fr

- Réseau GESAT/ Мрежата GESAT е експерт в създаването на икономически мрежи между доставчиците на защитена заетост (ESAT и EA), и фирми клиенти (частни/публични, МСП/големи групи)

> www.reseau-gesat.com

Представяне на ССИ на регионално равнище

Редица участници (като Френската взаимоспомагателна каса, Асоциативното движение, Coorace, Udes, CGSCOP и др.) имат териториални подразделения с регионални клонове.... Всички тези участници се намират в регионалните камари на социалната и солидарната икономика (CRESS).

- Регионалните камари на социалната и солидарната икономика (CRESS), които присъстват във всеки регион, обединяват компаниите и мрежите на ССИ, присъстващи на съответната територия. Те изпълняват ролята на представители, координатори и структури на ССИ в своя регион. Те също така подпомагат развитието и укрепването на предприятията от ССИ и насърчават създаването на мрежи с регионалната екосистема на ССИ.

> www.ess-france.org/fr/les-cress

Участници, които предоставят информация и подкрепят разработването на ССИ на национално равнище

Avisé има мисията да развива социалната и солидарната икономика (ССИ) и социалните иновации във Франция, като подкрепя ръководителите на проекти и помага за структурирането на екосистема, благоприятстваща тяхното развитие.

> www.avise.org

-

- La Fonda е платформа за колективна информация, която съвместно създава идеи за стратегическия избор на участниците в социалния СВЯТ.

> www.fonda.asso.fr

- Le Labo de l'ESS е мозъчен тръст, който чрез съвместна работа изгражда структурни оси на социалната и солидарната икономика въз основа на конкретни, иновативни и вдъхновяващи инициативи от териториите.

> www.lelabo-ess.org

-

- Social Value France е френска мрежа за дебати и споделяне, ръководена от Avise, която обединява практикуващи специалисти и организации, занимаващи се с въпросите на оценката на социалното въздействие.

> www.avise.org

Обратна връзка от LPG/ група от местни участници

ITG реши да организира онлайн LPG/Проучване на местна група участници; това се дължи на ограниченията в контекста на Covid-19 с по-малко срещи лице в лице и повече онлайн срещи.

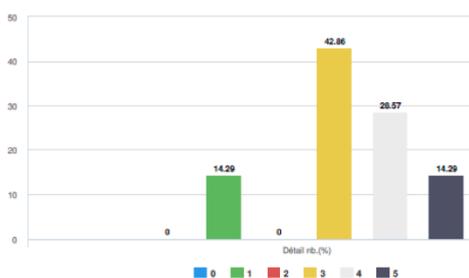
Онлайн срещата се проведе в понеделник, 21 юни 2021 г., в 17:30 ч. със следния кратък дневен ред:

- a. Въведение от страна на ITG (10 мин.) относно проекта PINOLO на ЕС
- b. Представяне на Ю.1 и ролята на ГМУ (10 мин.)
- c. Как да използвате въпросника EvalandGo (5 мин.)
- d. Попълване на въпросниците (20 мин.)
- e. Обобщение на резултатите йон на резултатите (10 мин.)
- f. Обсъждане в цялата група и събиране на обратна информация (25 мин.)

Въпрос 2: Доколко сте уверени в себе си като бизнесмен/предприемач?
Въпрос брой/Мин./Средно/ Макс.

#	Question	Nb.	Min.	Moyenne	Max.
2	How confident do you feel you are as a businessperson/ entrepreneur?	7	1	3.29	5

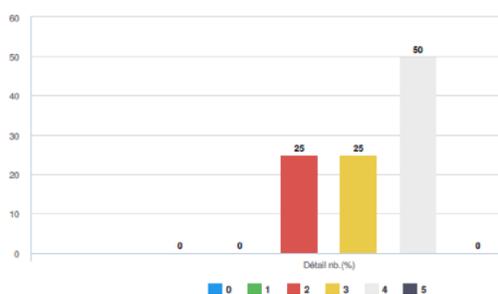
#	Question	Détail nb.(%)
2	How confident do you feel you are as a businessperson/ entrepreneur?	7 (100%)
	0	0 (0%)
	1	1 (14.29%)
	2	0 (0%)
	3	3 (42.86%)
	4	2 (28.57%)
	5	1 (14.29%)



Въпрос 3: Доколко сте сигурни сега в своите бизнес умения?

#	Question	Nb.	Min.	Moyenne	Max.
3	How confident do you feel right know about your business skills?	8	2	3.25	4

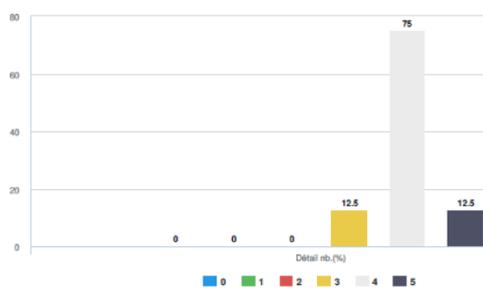
#	Question	Détail nb.(%)
3	How confident do you feel right know about your business skills?	8 (100%)
	0	0 (0%)
	1	0 (0%)
	2	2 (25%)
	3	2 (25%)
	4	4 (50%)
	5	0 (0%)



Въпрос 4: До каква степен успехът ви би се повишил, ако имахте бизнес подкрепа и напътствия?

#	Question	Nb.	Min.	Moyenne	Max.
4	To what extent would your success be enhanced if you had business support and guidance?	8	3	4	5

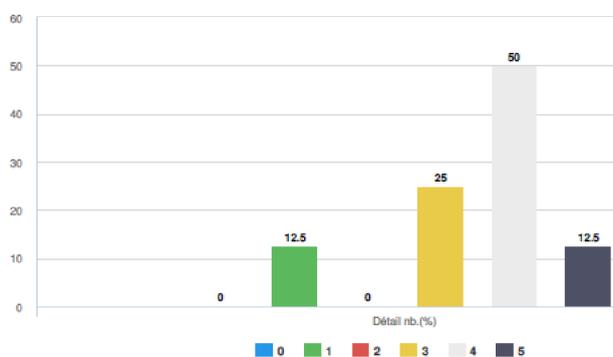
#	Question	Détail nb. (%)
4	To what extent would your success be enhanced if you had business support and guidance?	8 (100%)
	0	0 (0%)
	1	0 (0%)
	2	0 (0%)
	3	1 (12.5%)
	4	6 (75%)
	5	1 (12.5%)



Въпрос 5: Доколко е важно за вас работата ви да има както социална, така и търговска значимост?

#	Question	Nb.	Min.	Moyenne	Max.
5	How important is it to you that you work has social as well as commercial value?	8	1	3.5	5

#	Question	Détail nb. (%)
5	How important is it to you that you work has social as well as commercial value?	8 (100%)
	0	0 (0%)
	1	1 (12.5%)
	2	0 (0%)
	3	2 (25%)
	4	4 (50%)
	5	1 (12.5%)



Това са въпроси, които предизвикаха дискусия и размисъл:

Въпрос 6 - Във вашата творческа работа – подготвени ли сте да правите грешки?

Текст:

- Не.Грешките могат да са опасни за работата ми
 - Понякога като кино творец мига да се размина със задачата си.
- Случвало се е
- Да
 - Не
 - Да
 - Да
 - Да
 - Да много често , като творец най-големите ми успехи идват от грешките ми.

#	Question	Texte
6	In your creative work - Are you prepared to make mistakes?	<ul style="list-style-type: none"> - Not really. Mistakes can be dangerous for my activity - Sometimes as a film creator I may miss the objective. It happened. - Yes - no - yes - Yes - Yes - Yes very often, as à creator it is from my mistakes error that i get my best success.

Обобщение на отговорите: Повечето творци се съгласиха, че са готови да правят грешки в работата си. Но не всички, някои са твърдо убедени, че винаги са прави.

Въпрос 7- Кой според вас са основните пречки вашият бизнес да бъде по-успешен?

Текст:

- Аз трябва да съм креативен и креативността ми трябва да отговаря на реално търсене
- Наемане на професионалисти, липса на финансиране през ковид19, здравни проблеми
- Безпаричие
- Финансови и IT
- Безпаричие, липса на време, липса на добри практики и успешни примери
- Липса на иновации, нови идеи
- Ограниченията на ковид19
- Да нямам значителна публика (потенциални клиенти). Да съм много дребен, въпреки, че мисля, че това ми даде свобода...

#	Question	Texte
7	What do you feel are the main barriers to your business being more successful?	<ul style="list-style-type: none"> - I need to be creative and I need my creativity met a real demand - Employment of skilled people, lack of financing in Covid-19, health destructions... - no money - financial and IT - lack of money, lack of time, lack of best practices and successful examples - lack of innovation, new ideas... - Covid-19 restrictions - Not to have a significant audience (potential customers). To be too small, although i think it give me my freedom...

Обобщение на отговорите: Most of barriers: lack of money, lack of time, lack of best practices and knowledge, job insecurity.

Въпрос 8. Знаете ли какво е социално предприятие и какво това би значило за вашия творчески бизнес?

Текст:

- Съвсем не
- Не
- Не
- Да, но ограничено
- Не
- Не
- Не
- не

#	Question	Texte
8	Do you have any knowledge of what a social enterprise is what that could mean for your creative business?	<ul style="list-style-type: none"> - Not at all - not really - no - yes, but limited - no - no - no - Not really

Обобщение на отговорите: Бързо никой не знае концепцията.

Въпрос 9. Бихте ли посещавали бизнес обучения или групи за подкрепа?

Текст:

- защо не
- да
- да
- да, със сигурност
- да
- да
- да

- да, защо не, но нямам много време

#	Question	Texte
9	Are you open to attending business training/ support sessions?	<ul style="list-style-type: none"> - Why not - yes - yes - yes for sure - yes - yes - yes - Yes why not but i have not a lot of Time.

Обобщение на отговорите: Да за всички.

Въпрос 10 - Търсите ли иновации? Например, нови начини да правите нещата, промяна/подобрения в процеса с цел удовлетворяване на потребностите и желанията на клиента (за продукти и услуги)

Текст:

- Готов съм за промяна. Би било добре да продължа
- За иновации съм (IT, социални медии...)
- Иновациите са ок за мен, но нямам клиенти. Аз просто съм нает от един творец.
- Харесва ми да сменям процесите и новите методологии
- Иновациите са възможни, но не винаги
- Да
- Да
- винаги

#	Question	Texte
10	Do you seek out innovation? i.e finding new ways of doing things, process change/ improvement to satisfying your customer needs and wants (both products and service)	<ul style="list-style-type: none"> - I am open to change. It could be good to further in some points - I am in favour of innovation (IT, social media...). - Innovation is ok for me, but I have no customer. I am just employed by an artist. - i like changing process and new methodologies. - innovation is positive, but not always - yes - yes - All the Time

Обобщение на отговорите: Да за всички.

Въпрос 11 - Отделяте ли редовно време за търсене на нови креативни концепции, оглеждате ли се за възможности извън вашия бизнес – например чужди изложби шоу с търговска цел, семинари?

Текст:

- постоянно
- не, липса на време и информация за подобни събития
- не
- понякога, но по време на ковид 19 имам повече време за това. Не е редовно.
- Не
- Понякога
- Да
- Правя това постоянно

#	Question	Texte
11	Do you regularly devote time to "horizon-scanning" for new creative concepts, looking outside your business - e.g. external inputs exhibitions/ trade shows/ seminars?	<ul style="list-style-type: none"> - All the time - Not really, lack of time and lack of information of this kind of events... - no - sometimes, but in the context of Covid-19 I have more time to do so. It is not on a regular basis. - no - sometimes - yes - The same i do it all time

Обобщение на отговорите: Смесени. Различни според участниците.

Въпрос 12- Дали хората около вас са любознателни и предприемчиви? Обграждате ли се с други предприемачи и обсъждате ли идеи, за да изпробвате и изберете най-иновативното решение за решаване на бизнес предизвикателство?

Текст:

- Пробвам нещата в семейството ми
- Не знам

- Не
- Да, опитвам няколко
- Да
- Да
- Не, но мисля, че е грешка

#	Question	Texte
12	Are the people around you inquisitive entrepreneurial thinkers? Do you surround yourself with other entrepreneurs and generate ideas to filter, test and select to find the most innovative solution to a business challenge?	<ul style="list-style-type: none"> - I test things among my family - I don't know. - not really - Yes I try - only a few - yes - yes - No but i think it is an error

Обобщение на отговорите: Смесени отговори между "Да" и "Не знам". Трябва да се положат усилия за разясняване

Въпрос 13- Разполагате ли с позитивни, доверени и откровени хора, които да ви помогат да мислите нестандартно?

Текст:

- Трудно е да се обясни, но разбирам въпроса и мисля, че да. Творецът винаги трябва да мисли нестандартно
- Да
- Да , разбира се
- Да
- Да
- Да
- Да , разбира се
- Да, приятелите ми са най-добрите критици. Ако те не харесват нещо, значи творението ми не струва.

#	Question	Texte
13	Do you have a positively disruptive, confidential, and candid sounding board that help you think outside of the box?	<ul style="list-style-type: none"> - It is difficult to explain but I get the point and think yes. An artist must always think out of the box - yes - yes of course - Yes - yes - yes - yes of course - Yes my friends are my best evaluator. If they don't like means what i made is not good.

Обобщение на отговорите: Да - за повечето от анкетираните

Въпрос 14 Как предпочитате да работите? Екстроверт ли сте – откривате ли най-добрите си идеи при обсъждане в група? Или сте интроверт – нуждаете се от време и пространство само за вас, за да творите?

Текст:

- Споделям само с малка група приятели или членове на семейството ми
- Като интроверт
- Екстроверт
- Като екстроверт
- Като Интроверт
- И двете
- Като екстроверт
- Творя повечето време сам

#	Question	Texte
14	How you prefer to work? Are you an Extrovert - generating your best ideas through group discussion? Or an introvert - needing time & space alone to create?	<ul style="list-style-type: none"> - I am only sharing with a small group of friends or member of my family - As an introvert - extrovert - As an Extrovert - as introvert - both - as an extrovert - I create post of the Time alone

Обобщение на отговорите: както преди, разделени 50% / 50%.

Въпрос 15- Как бихте могли да разгърнете потенциала си на цифровия пазар? И каква подкрепа ще ви е необходима, за да се изявявате като творец в дигиталната сфера - маркетинг и промоции?

Текст:

- Искам да уча. През ковид кризата няхаме възможности
- Да за маркетинг и промоция
- Социалната мрежа виждам
- Връзката означава и по-добри методологии. Добри практики биха били полезни
- Нямам идвия
- Да
- Нужда от обучение и добри практики
- Аз съм доста зле и със сигурност имам нужда от помощ в тази област

#	Question	Texte
15	How could you explore more potential in the Digital market? And what support would be needed for you to digitally deliver/ supply/ as an artist - marketing & promotions?	<ul style="list-style-type: none"> - I am willing to learn. During covid crisis we were without any opportunities - yes, for marketing and promotion - Social network is what I see. - Connexion means and better methodologies. Some best practices would be helpful/ - no idea - yes - need for training and best practices - I am quite bad at for sure i need some help in this area

Обобщение на отговорите: положителни и да предимно

Въпрос 16- Проучват ли новите таланти и технологии, които биха могли да повлияят на бъдещото ви бизнес планиране?

Текст:

- Да, но съм несигурен в технологиите
- Да
- Не още
- Да, но нямам време
- Нямам нужда да правя това за сега
- Да

- Постоянно, проверявам за новостите

#	Question	Texte
16	Do you research emerging talent and technology wich could influence your future business planning?	<ul style="list-style-type: none"> - Yes but I don't fell confident with technology - yes - not yet - yes but I have no time - I do not feel the need to do so for now. - yes - yes - All the time, checking what is trendy

Обобщение на отговорите: Да.

Въпрос 17- Как изкуството може да се превърне в занаят - да създавате творения за масовия потребител, като междувременно запазите творческите си ценности? Как можете да намерите идеалната си публика?

Текст:

- Да си дадеш душата на дявола. Въпросът е да останеш себе си, но и да развиваш дейността си. Не винаги е лесно да се справяш с това. Понякога човек трябва да се храни.
- Нямам идея
- Не е лесно да намериш публика в нашия сектор.
- Не разбирам този въпрос. Много е объркващо за мен. Но след разясненията, ми трябват примери и добри практики.
- Отворен съм за нови идеи
- Човек трябва да се обучава за това
- Не съм намерил засега отговор на този важен въпрос. Идеалната публика би значела знаменитост

#	Question	Texte
17	How can Art become Artisan - creating for the masses whilst remaining true to your artistic sensibilities? How can you find ideal audience?	<ul style="list-style-type: none"> - To give your soul to the devil. This is the point to remain yourself but as well develop your activity. This is not always easy to cope with this. Sometimes man's need to eat. - no idea - I do not know. - These is no easy way to find audience in our sector. - I do not understand this question. Too confusing for me. But after explanations, I need some examples and best practices. - being open to new ideas - he / she has to be trained to do so - I have not found any answer for now to this crucial question. Ideal audience would means celebrity

Обобщение на отговорите: много трудно е да се отговори на този въпрос, изобщо не се разбира от запитаните

Въпрос 18- Показвате ли се? Излизате ли от зоната си на комфорт и рекламирате ли се? Професионална мрежа от контакти? Разглеждате ли се като стока? Какво ви спира?

Текст:

- Оставям креативността ми да ме води. Няма зона на комфорт, ако искаш да развиваш креативността си
- Да, нямам ограничения за креативността си
- Да
- Да
- Да
- Да, но не достатъчно
- Да
- Да си креативен за мен значи да си винаги извън зоната на комфорт

#	Question	Texte
18	Do you put yourself out there? Go out of your confort zone and self-promote? Network? Do you think of yourself commodity? What is stopping you?	<ul style="list-style-type: none"> - I let my creativity leading me. There is no confort zone when you want to develop your creativity - Yes, in terms of creation, I have no limits. - Yes - yes - yes - yes, but not enough - yes - Being creative means for me to be always outside from your confort zone

Обобщение на отговорите: Да

Въпрос 19. Някой от въпросите накара ли ви да мислите различно/конкретно за някой аспект от творческия ви бизнес? Кой конкретно?

Текст:

- Бизнесът и технологиите са далеч от съзнанието ми като творец. Но тези въпроси ме карат да се замисля за това.
- Не
- Не
- Не
- --
- Не
- Как ще става обучението?
- Да, мисля, че трябва да поработя повече по някои важни аспекти, например моя маркетингов план.

#	Question	Texte
19	Have you any of these questions made you think different/ specifically about some aspect of your creative business? Which	- Business and technologies are far from my way of me seeing me as an artist. But those questions make me think I should think about it. - no - No - no - - - no - how a training will happen ? - Yes i think it should work more on certain important topic about my marketing plan for instance.

Обобщение на отговорите: някои въпроси за ИТ, бизнес и маркетинг.

Заклучение

С Covid-19 творческият сектор и секторът на изкуствата бяха отслабени от трудността да продължат и подготвят дейностите си, било то чрез драстични мерки за ограничаване, които можеха да попречат на създаването или също така чрез трудността да се срещат и да се представят.

Въпреки че извънредните мерки на правителството във Франция успяха да подкрепят творците и всички професионалисти в сектора, остава фактът, че връщането към нормалния живот все още не е налице.

Ако не беше covid-19, професионалистите в този сектор вече са отслабени от определена форма на самота, липса на финансиране и потребности от обмен, потребности от обучение във връзка с разрушителните развития на обществото (ИТ, социални медии ...), с еволюцията на "кръговата" икономика (социална роля) и с предприемаческите умения, за да успеят.

По време на ГМУ, организиран от ITG, всички 8 участници бяха творци или заети лица в артистичния сектор: сред тях 5 жени. Сред анкетираните 2 са независими творци (включително филмов режисьор и певица); 6 са служители на малки компании в сектора (включително мениджър).

Повечето от тях (7 от 8) са претърпели последиците от Covid-19 върху творческите си дейности (невъзможност за провеждане на срещи лице в лице или срещи, но също така и забавяне на всички техни проекти, дори ако въведените оттогава средства за комуникация са били в състояние да компенсират тези забавяния). Анкетираните признават, че френската социална система и публичните власти са допринесли значително за временното оцеляване на всички техни дейности чрез системата за подпомагане на работещите с прекъсване в развлекателната индустрия, от която те се възползват в 6 от 8 случая. Въпреки това респондентите посочват също така, че подобно на всички други професии, те излизат уморени и отслабени от контекста на пандемията, която все още продължава.

Те напълно потвърдиха желанието си да се отворят към иновациите, които вече са в тяхното ДНК, както и към предприемачеството, което вече практикуват, но биха желали да се отворят и към социалното предприемачество (ЕСП) и явно очакват информация, обучение, добри практики и примери, които могат да бъдат пренесени на тяхно ниво.

Референции

https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89conomie_sociale#En_France

<https://www.economie.gouv.fr/cedef/economie-sociale-et-solidaire>

<http://www.esspace.fr/chiffres-de-l-ess.html>

<https://www.avise.org/decouvrir/ess/acteurs-representatifs-en-france>

Национален доклад – Iasis, Гърция

Увод



iasis



Center for Social
Innovation
www.csi.org



Le Portage Salarial



COVID-19 постави много препятствия пред изкуствата и културното наследство (галерии, библиотеки, архивни сбирки и музеи). Световната здравна криза, както и несигурността, която е резултат от нея, оказа широкообхватно въздействие върху дейността на тези организации и техните зависими лица (работници и сътрудници). Секторът на изкуствата и културата се опита да запази своите (често спонсорирани от държавата) усилия за осигуряване на публичен достъп до културните ценности, за гарантиране на безопасността на работниците, колекционерите и широката общественост и за реакция на настъпилата непредвидена промяна по отношение на бизнес модела (Apostolopoulos et al., 2020).

Прогнозите са, че спирането на дейността ще доведе до значителни финансови загуби за културните институции, които разчитат на приходи от продажбата на билети. В резултат на това това развитие вероятно ще окаже въздействие върху връзката между персонала и сътрудническите творци или учени. Това се дължи най-вече на високия процент на самостоятелна заетост в областта на изкуството и културата.

По този начин, през този период, поради кризата с пандемията COVID-19, социалната икономика и нейните участници могат да допринесат за създаването на работни места, подкрепа за уязвими социални групи, като например творците, които са загубили работата си, и за цялостното укрепване на социалната сплотеност.

Социална икономика и социални предприятия в Гърция

Както е посочено от Европейския икономически и социален комитет в "Кооперативи и реструктуриране", кооперативите в Европа "са по-устойчиви и стабилни от другите форми на бизнес в периоди на криза, тъй като са в състояние да развиват нови бизнес инициативи" в резултат на дългосрочния си подход, дълбоките си корени и защитата на интересите на своите членове. "Оператор в социалната икономика, чиято основна цел е да създава социално въздействие, а не да създава печалба за своите собственици или акционери", според Европейската комисия. Той функционира, като доставя пазарни стоки и услуги по предприемачески и новаторски начин, като приходите се насочват предимно към социални цели. Тя се управлява по открит и отговорен начин, като в нея участват служители, клиенти и други заинтересовани страни, които са засегнати от стопанската ѝ дейност" (Европейска комисия, 2011).

Между публичния и частния сектор на икономиката се появиха заинтересовани страни от социалната икономика (Defourny and Kuan, 2011), които могат да предоставят отговори и решения на искания, които публичният и частният сектор не могат или не желаят да удовлетворят (Defourny and Kuan, 2011). (Amin, 2009). Особено по време на икономическа криза участниците в социалната икономика демонстрираха устойчивост, отхвърлиха социалното изключване и намалиха социалните и географските неравенства (Apostolopoulos et al., 2019). Не е случайно, че държавите, които се присъединиха към механизмите за подпомагане по време на финансовата криза от 2008 г., включително

Гърция, бяха задължени да институционализират социалната икономика като средство за справяне с нарастващата безработица и бедност.

Закон 4019/2011 за "Социалната икономика и социалното предприемачество и други разпоредби" е първият, който институционализира социалната икономика в Гърция. Участниците в социалната икономика бяха разделени на три категории: фирми за социална кооперативна интеграция, социални кооперации за социални грижи и комунални и производствени социални кооперативни предприятия (Apostolopoulos et. al., 2020).

Гърция следва един от специфичните модели на социална икономика, въведени от Европейския съюз, наречен "южноевропейски модел". Този модел включва средиземноморски държави като Гърция, Италия, Испания и Португалия. В тези страни социалната икономика се развива в области, в които няма обществен интерес или частен сектор, с общи характеристики взаимна подкрепа и взаимопомощ и хомогенност като цяло. Институциите тук като семейството са играли и все още играят важна роля. Кооперативите, развили се предимно в тези страни, често са били зависими от държавата, което е затруднявало дейността им. Тези страни са изостанали, когато става въпрос за институционализиране на социалната икономика и институции. Въздействието на икономическата криза от 2008 г. накарало страните, които използват този модел, да институционализират социалната икономика, за да могат участниците в нея да оцелеят в кризата, за да могат участниците в нея да смекчат последиците от кризата, особено за уязвимите социални групи и тези, които са били изолирани и маргинализирани в резултат на кризата (Apostolopoulos et. al., 2020).

Примери за успешен социален бизнес предприятия в областта на културата в Гърция

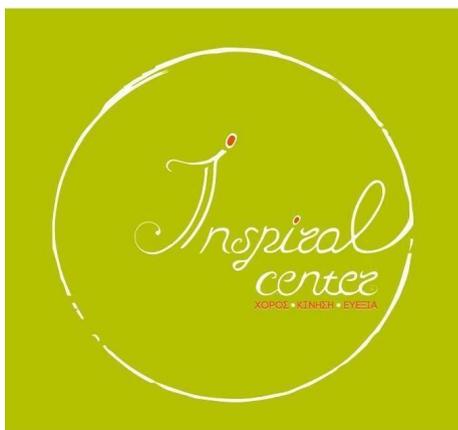
3.1. ART THREAD/ Художествена тема/нишка

Art Thread е иновативно социално кооперативно предприятие в Атина, което има за цел да насърчава и развива иновативни артистични идеи. То е създадено с цел да укрепва обществото чрез образователни дейности и артистични интервенции.



3.2. INSPIRAL CENTER (Вдъхновяващ център)

Социалният кооператив Inspiral Center е основан през 2014 г. в Атина (Зографу) и работи в областта на художественото образование, като предоставя уроци по танци както на деца, така и на възрастни. Тяхната визия е да създадат център за растеж, радост и творчество за хора от всички възрасти, където те могат да развият своите специални таланти, да се обучават и да творят с цел по-добро качество на живот.



3.3. EDUCALTOUR

Социална кооперативна организация EDUCALTOUR извършва дейности, които насърчават достъпа до култура на лица от различни социални групи чрез осъществяване на културни дейности с преживелищно естество, често чрез взаимодействие с частни и публични организации. Опитният екип използва артистичните дейности като педагогическа аргументация за подхождане към съвременните социални проблеми, за да култивира социално съзнание, основано на равенство и социално взаимно уважение.



3.4. 5ENTE

Социалното предприятие 5ENTE е базирано в Ано Долиана, Аркадия, Гърция и работи в по-широкия район на Парнонас, като предлага образователни услуги, предимно артистични, дейности на открито за отделни лица или големи групи, училища и компании.



3.5. The oracle of Arts (Оракулът на изкуствата)

Социалното предприятие "Оракулът на изкуствата" е важна общност от творци, които изразяват естетиката и културата чрез занаяти от всякакъв вид, предлагайки радост, красота и изящество. Предоставяйки уроци в приятно настроение, то предлага заетост на хора от всички възрасти и напомня на хората за причините да се усмихват и да преодоляват трудностите.



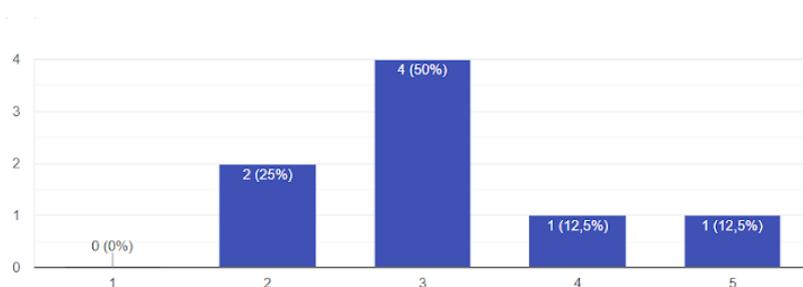
Обратна връзка от фокусната група на творците **Онлайн проучване/анализ на нуждите**

Методология

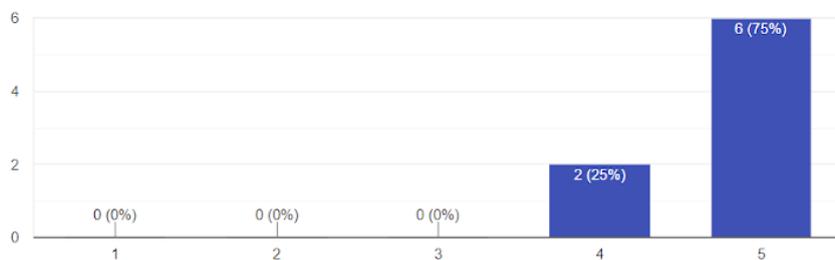
Онлайн сесията на местната фокус група PINOLO се проведе под формата на отворен онлайн въпросник. IASIS се обърна към участниците чрез няколко творчески организации, с които си сътрудничим, както и чрез специални страници в социалните медии.

Отговори:

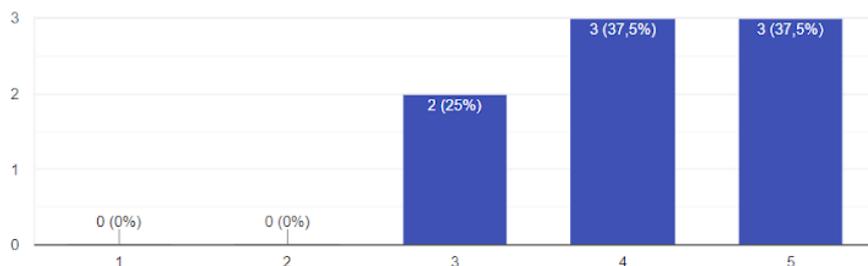
1. Колко уверени се чувствате като артист/творец?



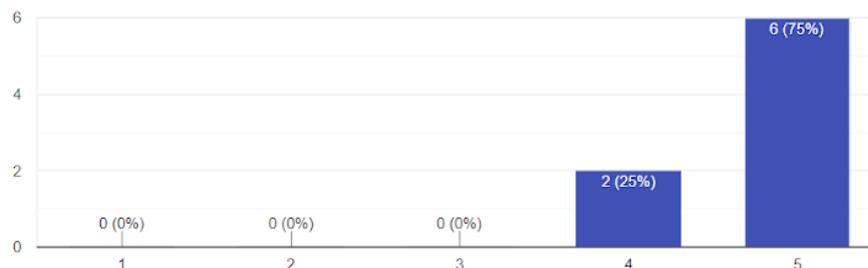
2. Доколко сте уверени в себе си като бизнесмен/предприемач?



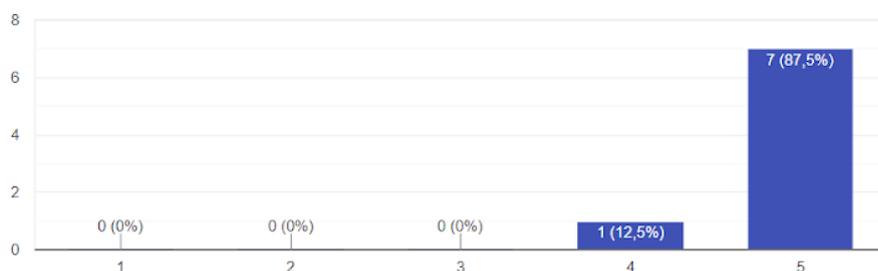
3. Доколко сте сигурни сега в своите бизнес умения?



4. До каква степен успехът ви би се повишил, ако имате бизнес подкрепа и напътствия?



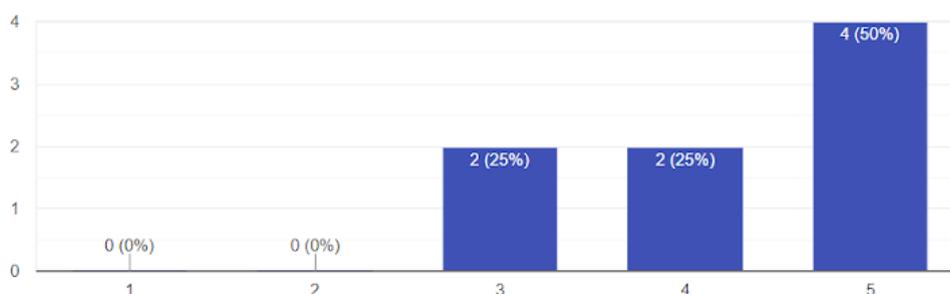
5. Доколко е важно за вас работата ви да има както социална, така и търговска значимост?



Общи въпроси

Следва обобщението на въпросите.

Q1: Във вашата творческа работа – подготвени ли сте да правите грешки?



Както се вижда от диаграмата, по-голямата част от участниците споменават, че са готови да правят грешки.

Q2: Кои според вас са основните пречки вашият бизнес да бъде по-успешен?

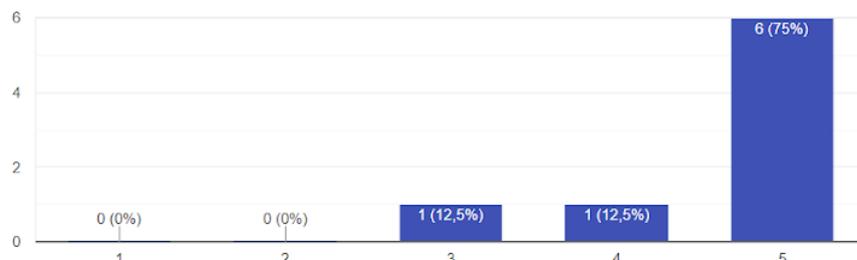
Участниците заявиха, че една от основните пречки е да могат да поддържат бизнеса финансово, тъй като средствата, необходими за поддържането на такъв бизнес, са твърде много. Затова повечето хора просто напускат професията и си търсят работа в други области, запазвайки я като хоби. С други думи, участниците смятат, че е трудно да се намерят ресурси и средства, за да се поддържа бизнесът. Двама участници споменаха също, че в тази област вече няма иновации, което затруднява аудиторията да не се отегчи. По този начин бизнесът не се развива лесно на финансова основа поради това. Един от участниците също така спомена, че не се предоставят възможности, тъй като едни и същи хора винаги получават работата и "управляват играта".

Q3: Знаете ли какво е социално предприятие и какво това би значило за вашия творчески бизнес?

Само двама участници споменаха, че знаят какво е социално предприятие. И двамата обаче заявиха, че не знаят как това може да се свърже със света на художествения бизнес. Останалите участници нямаха представа за това.

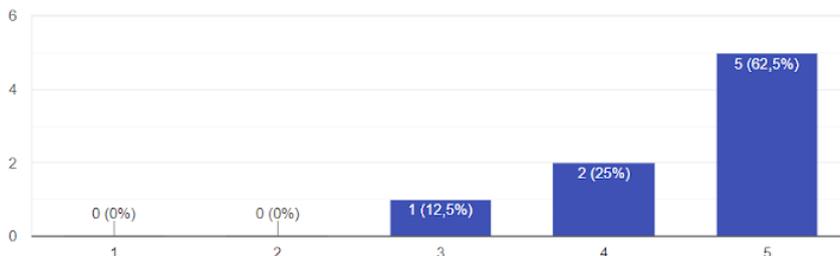
Q4: Бихте ли посещавали бизнес обучения или групи за подкрепа?

Както се вижда от снимката по-долу, наистина голямото мнозинство от партньорите споменават, че наистина желаят да посещават такива обучения.



Q5: Търсите ли иновации? Например, нови начини да правите нещата, промяна/подобрения в процеса с цел удовлетворяване на потребностите и желанията на клиента (за продукти и услуги).

Отново мнозинството от участниците отбелязаха, че за тях е много важно да включват иновативни елементи в творческата си работа. Това е, което според тях напоследък липсва в творческия бизнес, както беше споменато по-горе в друг въпрос.



Q6: Отделяте ли редовно време за търсене на нови креативни концепции, оглеждате ли се за възможности извън вашия бизнес – например чужди изложби шоу с търговска цел, семинари?

Като цяло участниците заявиха, че професионалистите във всеки артистичен сектор предпочитат да имат по-цялостен и всеобхватен поглед върху работата си и се интересуват от развитието на артистични дисциплини, различни от тяхната, за да разширят знанията и хоризонтите си.

Q7: Дали хората около вас са любознателни и предприемчиви? Обграждате ли се с други предприемачи и обсъждате ли идеи, за да изпробвате и изберете най-иновативното решение за решаване на бизнес предизвикателство?

Всички участници споменаха, че им е трудно да намерят хора, на които да се доверят и от които да се вдъхновят. Въпреки това те наистина се опитват да създават мрежи и да се запознават с хора, които ще им помагат и ще бъдат до тях, като същевременно се опитват да се вдъхновяват и от творци чрез социалните медии. Както беше посочено, COVID-19 влоши положението на творците, като същевременно елиминира до минимум пътуванията, които бяха едно от основните средства на творците да се събират с колеги от цял свят, да обменят идеи, да посещават галерии, театри и т.н. и по този начин да намират нови и иновативни начини за създаване на изкуство и творчески бизнес идеи.

Q8: Разполагате ли с позитивни, доверени и откровени хора, които да ви помогат да мислите нестандартно?

Всички участници споменаха, че за да постигнат мислене извън шаблона са им необходими само интернет и социалните медии. Акаунтите в социалните медии помагат на творците да получават вдъхновение от нови идеи и проекти от цял свят. Те също така подчертаха значението на иновациите, които като цяло бяха изтъкнати няколко пъти и в различни аспекти, тъй като според тях те са едно от основните средства за премахване на скуката с произведението на изкуството и засилване на привличането и емоционалната връзка с него. Значението на социалните медии за популяризирането на творческите предприятия и творби ще бъде подчертано и по-нататък.

Q9: Как предпочитате да работите? Екстроверт ли сте – откривате ли най-добрите си идеи при обсъждане в група? Или сте интроверт – нуждаете се от време и пространство само за вас, за да творите?

По-голямата част от участниците (6) заявиха, че предпочитат собственото си време и пространство, за да творят и да работят.

Q10: Как бихте могли да разгърнете потенциала си на цифровия пазар? И каква подкрепа ще ви е необходима, за да се изявявате като творец в дигиталната сфера - маркетинг и промоции?

Участниците споменаха, че за тях би било много полезно да посещават семинари и обучения за използването на социалните медии като средство за маркетинг и по-специално за дигитален маркетинг. Един от участниците също така спомена, че с удоволствие би проучил повече цифровия пазар и маркетинга в социалните медии, тъй като смята, че това е един от най-добрите начини за художниците да популяризират произведенията си на изкуството по по-влиятелен начин. По този начин сесиите по дигитален маркетинг изглеждат са от голямо значение за участниците.

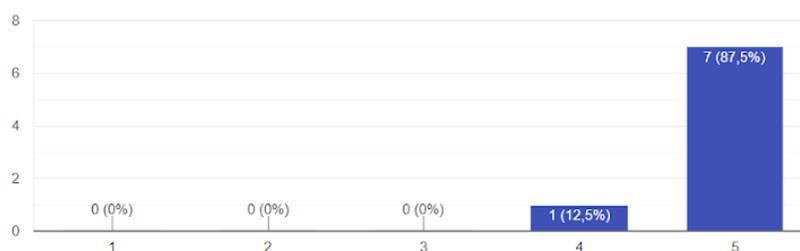
Q11: Проучвате ли новите таланти и технологии, които биха могли да повлияят на бъдещото ви бизнес планиране?

Участниците отново акцентираха върху значението на технологиите, особено на цифровите средства за популяризиране като социалните медии. Вероятно този акцент, поставен върху социалните медии, се е повишил поради пандемията, тъй като

единствените средства за популяризиране на художествени произведения бяха акаунтите на творците в социалните медии.

Q12: Как изкуството може да се превърне в занаят - да създавате творения за масовия потребител, като междувременно запазите творческите си ценности? Как можете да намерите идеалната си публика?

Както беше споменато и по-горе, всички участници отбелязаха, че за тях е от най-голямо значение работата им да има социално въздействие. Следователно качеството е наистина важно за тях, както беше подчертано. Както спомена един от участниците, популяризирането на работата им е само средство за полагане на собствени усилия за промяна на обществото по свой собствен начин.



Q13: Показвате ли се? Излизате ли от зоната си на комфорт и рекламирате ли се? Професионална мрежа от контакти? Разглеждате ли се като стока? Какво ви спира?

Повечето участници споменаха, че не са много доволни от нивото на популяризиране на себе си и работата в мрежа, въпреки че признават, че работата в мрежа е едно от най-важните умения за един артист да популяризира работата си. Участниците отново споменаха, че биха искали да са по-добри в управлението на социалните медии, маркетинга и работата в мрежа, като същевременно смятат, че за изграждането на профила си биха имали нужда от помощ от професионалист. Също така двама участници споменаха, че се опитват да популяризират себе си и да се свързват в мрежа, но трябва да се свърши още работа, за да бъде това успешно.

Q14: Някой от въпросите накара ли ви да мислите различно/конкретно за някой аспект от творческия ви бизнес? Кой конкретно?

Участниците споменаха, че биха искали да научат повече за това как да създават възможности в социалните медии, за да популяризират работата си.

РЕФЕРЕНЦИИ

Amin, A., (2009). *Extraordinarily ordinary: Working in the social economy*, Social Enterprise Journal, 5 (1), pp. 30-49.

Apostolopoulos, N., Newbery, R. and Gkartzios, M. (2019). *Social enterprise and community resilience: Examining a Greek response to turbulent times*, (Социални предприятия и устойчивост на общността: Изследване на гръцкия отговор на бурните времена), *Journal of Rural studies*, 70, pp. 215-224.

Apostolopoulos, N. and Liargovas P. (2020). *Social Economy in Greece: Convergences and Divergences with the EU*, University of Neapolis, Pafos, Cyprus. Downloaded from (Социалната икономика в Гърция: Конвергенции и дивергенции с ЕС, Университет на Неаполис, Пафос, Кипър. Изтеглено от) NEPHEASTUS Repository. DOI: 11728/11514.

Defourny, J. and Kuan, Y.Y. (2011). *Guest editorial: Are there specific models of social enterprise in Eastern Asia?*, *Social Enterprise Journal*, 7 (1), pp. 5-8.

European commission, 2011, *Social Business Initiative, Creating a favourable climate for social enterprises, key stakeholders in the social economy and innovation*, available at: (Европейска комисия, 2011 г., *Инициатива за социален бизнес, Създаване на благоприятен климат за социалните предприятия, основните заинтересовани страни в социалната икономика и иновациите*, достъпно на http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/docs/COM2011_682_en.pdf)

Национален доклад – EGS, Великобритания

В Обединеното кралство има повече от 100 000 социални предприятия, в които работят два милиона души и които допринасят за икономиката с 60 милиарда паунда.

Дирекция "Гражданско общество и младеж" (CSY) отговаря за изпълнението на програмата на правителството на Обединеното кралство в областта на благотворителността, социалните предприятия, младежта и доброволчеството. CSY се намира в Министерството на цифровите технологии, културата, медиите и спорта (DCMS). До промяната на името в началото на 2021 г. тя беше известна като Служба за гражданско общество (OCS). Промяната на името последва обявяването на намаляване на финансирането на OCS в прегледа на разходите на правителството от ноември 2020 г., когато беше обявено, че ще бъде постигната "ефективност" чрез "рационализиране на работата за по-добро изпълнение на приоритетите на правителството за сектора."

Службата за гражданско общество до 2010 г. беше позната като Офис на третичния сектор. По това време той беше част от правителствената администрация, докато не беше преместена към Министерството на цифровите технологии, културата, медиите и спорта от премиер-министъра Тереза Мей през 2016 г., решение, което довежда до притеснения, че службата би загубила част от влиянието си.

Social Enterprise UK (SEUK) е националният орган на Обединеното кралство за социално предприемачество и представлява стратегически партньор на правителството. В продължение на 15 години той ръководи правителствената политика в областта на социалното предприемачество и твърди, че е водещият световен авторитет в този сектор.

SEUK работи с редица социални предприятия и бизнеси - от доставчици на здравни и обществени услуги на стойност милиони паундове до обществени организации и фирми за търговия на дребно. Организацията вярва, че социалните предприятия са бъдещето на бизнеса и съществува, за да гарантира, че социалните предприятия са в ползването на вземащите решения в различните сектори.

SEUK допринесе за това Законът за социалната стойност да стане закон, който влезе в сила през януари 2013 г. Той изисква от обществените органи, включително от съветите, да обмислят избора на доставчици въз основа на социалната стойност, създадена в дадена област, а не само въз основа на разходите.

Като оказва влияние върху политиките и политическите партии, които определят развитието на политиките, SEUK има за цел да премахне пречките пред социалните предприятия и да създаде бизнес среда, която да насърчава техния растеж и успех. Тя последователно лобира за преместването на информацията за социалните предприятия от OCS (сега CSY) в Министерството на бизнеса, енергетиката и индустриалната стратегия.

Освен че провежда кампании и лобира от името на сектора на социалните предприятия, SEUK провежда и изследвания, за да разкрие повече за социалните предприятия в Обединеното кралство. Докладът "Състояние на социалните предприятия" е изчерпателно ръководство за състоянието на сектора на социалните предприятия, съдържащо данни за оборота, мащаба, кои са наетите в социалните предприятия лица, къде работят, с кого търгуват, коефициенти на заплащане и др. Той се публикува на всеки две години, като към момента на изготвяне на доклада се изготвя проучването за 2021 г. Последният публикуван доклад за въздействието е от 2019 г.

Основни заключения от доклада:

- 42% от социалните предприятия съществуват от по-малко от 5 години, което е три пъти повече от дела на малките и средни предприятия.

- Три от всеки десет социални предприятия са на три или по-малко години, което потвърждава рязкото увеличаване на броя на новосъздадените предприятия, установено в предишни проучвания на SEUK.
- 52% от социалните предприятия са увеличили оборота си през предходните 12 месеца. Това е повече, отколкото през 2017 г., и много повече от 34% от МСП, които са отбелязали увеличение.
- Социалните предприятия са предприятия, които печелят приходите си чрез търговия, конкурирайки се на пазара - 77% от социалните предприятия печелят над 75% от приходите си от търговия, което е повече в сравнение с проучването от 2017 г.
- Делът на социалните предприятия, които въвеждат нов продукт или услуга, е 56% през 2019 г., отново по-висок в сравнение с предходните години и далеч по-висок от този на МСП - 36%.
- 48% от социалните предприятия са реализирали печалба през предходната година, като 27% са излезли на печалба, а процентът на губещите е по-малък, отколкото при предишни проучвания. Колкото по-дълго съществува едно социално предприятие, толкова по-голяма е вероятността то да реализира печалба.

Докладът за въздействието се фокусира и върху стойността, създадена от социалните предприятия, и използва данни, за да покаже, че те не само са от полза за общностите, но и решават много от основните предизвикателства пред обществото, като например въздействието върху околната среда и преодоляването на неравенството между половете и расите чрез ръководството на жени и лидери, които са чернокожи, азиатци или представители на етническите малцинства. Проучването показва, че:

- 40% от социалните предприятия се ръководят от жени, което е над два пъти повече от МСП в по-широк смисъл (17%).
- В две от всеки пет (42%) преобладаващата част от работната сила са жени, а в 13% жените са цялата работна сила.
- 34% от социалните предприятия, ръководени от жени, са на възраст под три години, в сравнение с 28%, ръководени от мъже.
- 13% от социалните предприятия са ръководени от представители, които са чернокожи, азиатци или представители на етническите малцинства, а 35% имат директори, които са чернокожи, азиатци или представители на етническите малцинства.
- 42% от социалните предприятия, ръководени от представители на чернокожи/азиатци/етнически малцинства, са на възраст под три години.

- 73% от анкетиранияте съобщават, че организацията им работи с лица в неравностойно положение, което също е повече в сравнение с предходните години, а 42% съобщават, че организацията им се стреми да ги наеме.
- 76% от респондентите са заявили, че са работодатели, които плащат достойна работна заплата, характерна за региона.
- 65% от социалните предприятия очакват през следващите две до три години да се увеличи фокусът върху устойчивите и екологосъобразни процеси в тяхната организация. Този процент е значително по-висок от този на МСП в по-широк план (49%).
- Само една пета (22%) от социалните предприятия смятат, че разходите са по-важни от въздействието върху околната среда, когато става въпрос за закупуване на продукти, в сравнение със 76% от МСП.

Ограниченията на национално ниво в Обединеното кралство през март 2019 г. поради пандемията от Covid-19 създаде проблеми за много социални предприятия и се прогнозираше, че половината от тях ще останат без пари до края на юни, което изложи на риск един милион работни места. В резултат на лобиране от страна на органи като SEUK и Училището за социални предприемачи (School for Social Entrepreneurs) правителството обяви отпускането на 85 милиона паунда, включващи 45 млн. паунда спешни заеми на социални предприемачи и благотворителни организации, 30 млн. паунда допълнителна подкрепа за социални предприемачи, а 10 млн. паунда спешна подкрепа чрез социални кредитори. Схемата за спешни безвъзмездни средства приключи през септември 2020 г.

Фондът на общността на Националната лотария все още предлага редица програми за финансиране, свързани с последствията от Covid-19, за проекти с отпечатък из цяла Великобритания. Училището за социални предприемачи предлага безплатни програми за обучение и подкрепа (някои от които включват безвъзмездни средства) из цяла Великобритания, както и в определени региони. То подкрепя проекти на социални предприемачи и общностни проекти на всички етапи.

Благотворителната организация UnLtd също открива, финансира и подкрепя социални предприемачи и разпределя както капитал за започване на бизнес, така и за развитие, финансирани с приходи от дарения от Комисията на хилядолетието.

Различни аспекти на инициативите за социален бизнес

SEUK определя социалните предприятия като предприятия, които:

- имат ясна социална или екологична мисия, която е изложена в ръководните документи.

- са независими и печелят повече от половината от приходите си от търговия (или работят в тази посока).
- са управлявани или притежавани в интерес на социалната мисия на предприятието.
- реинвестират или предоставят поне 50% от печалбите или излишъците за социалната цел на предприятието.
- са прозрачни по отношение на начина, по който работят, и въздействието, което оказват.

Социалните предприятия имат за цел да реализират печалба като традиционните предприятия, но това, което ги отличава, е начинът, по който реинвестират или даряват печалбата за създаване на положителна социална промяна.

Социалните предприятия съществуват в много различни форми. Те могат да бъдат открити в почти всички сектори - от потребителски стоки до здравеопазване, от обществена енергия до творчески агенции, от ресторанти до управление на сгради. Добре познати примери са The Big Issue, Divine Chocolate и Eden Project, но това са само някои от по-известните имена сред повече от 100 000 социални предприятия в Обединеното кралство.

Намиращото се с Манчестър Reform Radio е пример за малко успешно социално предприятие. Отличената с награди денонощна онлайн радиостанция и организация за изкуства предлага курсове, семинари и подкрепа на млади хора, като им дава умения, увереност, връзки и обучение за намиране на работа в аудиоиндустрията.

Станцията дава възможност на младите хора да създават творчески радиопредавания, включително подкастове, драми, музика, токшоу и телефонни включвания. В резултат на това повече от 80% от младежите, участващи в програмата, започват работа, образование или по-нататъшно обучение.

Подобно на много проспериращи социални предприятия Reform Radio се разраства, например стартира нова инициатива, наречена "Подкастинг с цел", като отдава под наем уменията на служителите си за създаване на подкастове за други. Това добавя още един източник на приходи и подпомага младите хора да започнат работа в динамичната подкаст индустрия. Станцията също така разширява възможностите и обучението в други сфери на аудио и радио бизнеса, като маркетинг и промоция.

Успешното управление на разрастващ се бизнес при запазване на първоначалната му социална цел е проблем, с който се сблъскват много социални предприемачи. С разрастването на организацията се увеличава бюрокрацията и се появява необходимост от повече мениджъри, сложни процеси и системи. Това със сигурност е било проблем за социалното предприятие Chiltern Music Therapy, което

от местна организация, използваща силата на музиката, се разраства до организация, която всяка година подкрепя повече от 2500 деца и възрастни в цяла Англия.

Организацията осъзнава, че трябва да подкрепя и да се грижи за своите 50 терапевти, музиканти, творчески и професионален персонал, и разработва нова система, основана на "кръгове", за да се откаже от концепцията за "екипи". Предприятието бавно разви своя нов модел на самоуправление, като възприе гъвкав подход на изслушване и реагиране на нуждите на предприятието.

Новата структура даде възможност на Chiltern Music Therapy да овласти своя екип, като му предложи доверие и отговорност, за да гарантира, че човешките истории и гласове на клиентите заемат централно място в непрекъснатото му развитие.

Структура на социалното предприятие в Обединеното кралство

В Обединеното кралство има няколко различни възможности за структуриране на социално предприятие и изборът на структура е важен, тъй като може да окаже значително въздействие върху управлението и бъдещата гъвкавост на предприятието. Неподходящата структура може да окаже неблагоприятно въздействие върху въпроси като управление на риска, данъчно облагане и достъп до финансиране. Затова е важно да се избере правилната структура още в самото начало. Структурите на социалните предприятия могат да бъдат разделени на три категории:

- сдружения без юридическа правосубектност
- дружества с ограничена отговорност
- благотворителни организации

Сдруженията без юридическа правосубектност (unincorporated associations) нямат официална правна структура. Обикновено те се управляват от устав, който определя правилата, и се ръководят от комитет, избран от членовете. Възможно е сдружението без юридическа правосубектност да се състои от физическо лице, което работи като едноличен търговец или в партньорство. Предимствата на тези сдружения са, че са по-лесни за управление и подлежат на по-леки регулации, което може да е полезно за по-малките предприятия. Недостатъкът е, че ръководството носи неограничена лична отговорност, когато нещата се объркат. Възможно е също така сдружение без юридическа правосубектност да се регистрира като благотворителна организация (вж. по-долу).

Съществуват няколко възможности за социалните предприятия, които искат да приемат **структура с ограничена отговорност**. Освен ограничената отговорност на участниците, те имат няколко предимства пред сдруженията без юридическа правосубектност, включително възможността да се определят целите

на социалното предприятие в обвързващ устав. Съществува обаче повишено ниво на регулиране.

Един от вариантите е да се създаде **акционерно дружество с ограничена отговорност**, в което на акционерите се издават акции, представляващи техния "дял" в дружеството, а отговорността е ограничена до размера на инвестицията на всеки акционер. Акции могат да бъдат издадени на акционерите на дружеството (включително на инвеститорите), което позволява на дружеството достъп до капиталови инвестиции. Дружествата с ограничена отговорност се управляват от директори, които се отчитат пред акционерите. Директорите управляват дружеството ежедневно, като акционерите притежават определени права и правомощия, определени в учредителните документи на дружеството, известни като устав. В тях се посочва как ще функционира дружеството, например как ще се провеждат събранията, как ще се разпределя печалбата и как ще се назначават или отстраняват директорите.

Друга възможност е да се създаде **дружество с ограничена отговорно с гаранция**. Разликата е, че вместо акционери има "членове", които дават номинална гаранция на дружеството, до която е ограничена тяхната отговорност (обикновено 1 GBP). Тъй като не издават акции, дружествата с ограничена отговорност с гаранция не разпределят печалби и следователно могат да станат и регистрирани благотворителни организации. Това може да ги направи полезни за някой, който иска да управлява организация с нестопанска цел.

Възможно е също така да се регистрира **дружество с обществен интерес/печалба (Community Interest Company)**, което може да бъде учредено като дружество с ограничена отговорност с акции или с гаранция. То предоставя допълнителна защита за определена социална мисия на дружеството, но дружеството е длъжно да изпълни социалната мисия и да има блокировка на активи с цел да се предотврати разпределянето на печалба на членове или акционери да се предотврати разпределянето на активи или печалби между членовете или акционерите. Дружествата с обществен интерес са популярна структура за социални предприятия, която позволява на директорите да получават възнаграждение и да продължават да контролират дружеството, като същевременно гарантират, че активите и печалбите се използват в полза на общността. Регулацията е подобна на тази на дружеството с ограничена отговорност и всяка година трябва да се публикува доклад за интересите на общността. Съществуват и допълнителни изисквания при учредяването, включително че бъдещото дружество трябва да заяви социалната си мисия пред Companies House.

Други варианти за ограничена отговорност включват създаването на **кооператив (Co-operative – Co-op)** или **дружество за общественополезна дейност (Community Benefits Society - CBS)**. Дружествата за общественополезна дейност

съществуват от много години и преди това са били известни като Industrial and Provident Societies, преди промените през 2010 г. да наложат изискването те да бъдат регистрирани кооперативи или дружества за общественополezni дейности. И двете форми се регулират и се регистрират от Органа за финансов надзор (Financial Conduct Authority - FCA) и дават на широката членска маса равен дял и равнопоставеност в управлението. Кооперативът е по-благоприятен за членовете си, а дружеството за общественополезна дейност е по-благоприятно за общността. Могат да емитират акционерен капитал до 100 000 GBP за всеки един член и могат да разрешат обратно изкупуване на акции, което може да бъде полезен начин за достъп до евтино финансиране от членовете без всички регулаторни изисквания за публично емитиране на акции. Добри примери за социални предприятия, използващи структурата на кооператив или дружество за общественополезна дейност, включват организации, които притежават своя местна кръчма като обществен актив.

Друга възможност е да създадете **партньорство с ограничена отговорност (Limited Liability Partnership)**. То е полезно при определени обстоятелства, особено когато два или повече субекта искат да работят заедно. Споразумението за партньорство с ограничена отговорност между страните може да се използва за определяне и защита на социалните цели на страните, като първоначалните страни запазват своята идентичност.

Съществуват много различни видове **благотворителни структури**, като всички те се регулират от Комисията по благотворителност. Благотворителната организация е с по-високо ниво на прозрачност и управление, отколкото дружеството с ограничена отговорност, но се ползва от по-благоприятни данъчни условия. Съществува изискване всяка печалба да се реинвестира в благотворителната организация. Ако благотворителната организация е също така и дружество с ограничена отговорност, то трябва да бъде регистрирано в Companies House. Благотворителните организации се ръководят от попечители, които имат фидуциарни задължения към благотворителната организация и спазват по-високи стандарти на поведение, отколкото директорите на дружества с ограничена отговорност. Те също така се очаква да действат за добруването на обществения интерес и да разпространяват благотворителните цели на организацията.

Важно е да се запомни, че благотворителната организация не може бъде „с цел печалба“ и няма да може да получи достъп до дялово финансиране. Освен това благотворителните организации могат да търгуват само в изпълнение на основната си цел, което може да е в противоречие с целите на някои социални предприятия, които може да искат да растат, да се развиват и да диверсифицират.

Благотворителните регистрирани организации (Charitable Incorporated Organisations) са правна структура, подобна на дружество с ограничена

отговорност, но регулирана от Комисията по благотворителност. Те имат ограничена отговорност и са отделни юридически лица, но са обект на същите ограничения, които се прилагат за благотворителните организации.

Изборът на структура на социалното предприятие може да има трайни последици за него. Въпреки че първоначалният фокус на основателите с право ще бъде върху това как предприятието може да се разрасне и да постигне най-добре своята социална цел, отделянето на време за обмисляне на най-подходящата структура и ранното получаване на правни съвети може да помогне на предприятието да бъде по-успешно в дългосрочен план.

Резултати от проучване на група участници на местно ниво

Поради ограниченията, наложени от локдауна и широкото географско разположение на нашите творци от групата участници на местно ниво, EGS възприе подхода на виртуално събитие. Събитието беше с продължителност 1 час и 45 минути. Дневният ред беше следният:

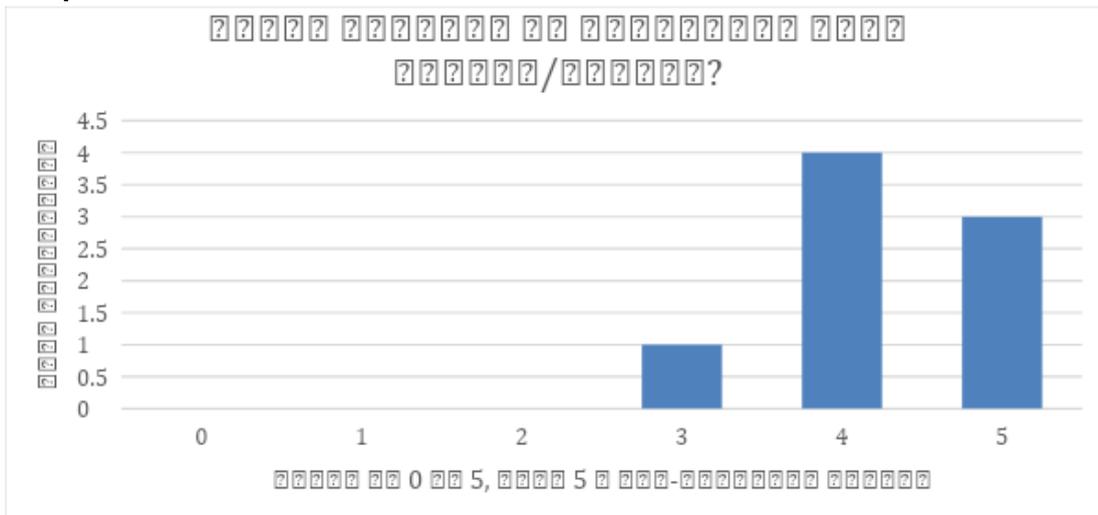
Дневен ред:

- 1) Представяне (10 минути)
- 2) Дейност „Изкуство и & благополучие“ (15 минути), ръководена от Ребека Лоует, асоцииран преподавател и шампион по благополучие в University College London (UCL)
- 3) Определяне на контекста и представяне на проектите и разбиране на ролята на група от местни участници (5 минути)
- 4) Анкета и обсъждане на резултатите (10 минути)
- 5) Обяснение на целта на основните въпроси (5 минути)
- 6) Дискусия в групи (30 минути)
- 7) Обсъждане с цялата група и събиране на обратна информация (25 минути)
- 8) Обобщаване на резултатите (5 минути)

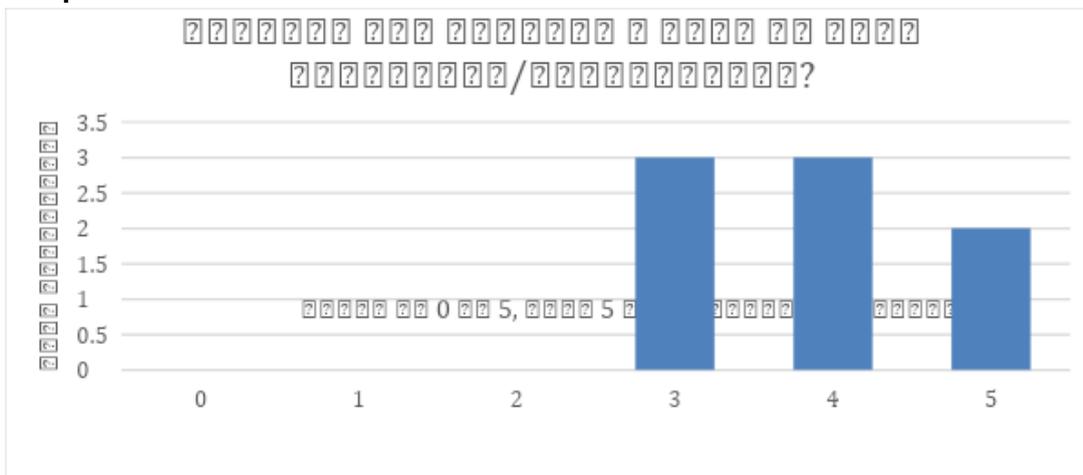
Всички участници представиха себе си и своята артистична област, след което една от участничките, която работи в UCL, ни запозна с упражнение за рисуване, което е разработила за използване като подход за благополучие. Този подход се използва от персонала на UCL. По време на упражнението трябваше да изберем обект, като ни бяха дадени 2 минути да го проучим. След това бяхме помолени да затворим очи и да нарисуваме обекта по памет. След това разгледахме рисунките си и ги споделихме един с друг на екрана. След това бяхме помолени да нарисуваме обекта отново, но този път да гледаме само обекта, а не хартията си, да следваме линиите на обекта с очите си и да позволим на ръцете си да рисуват! Отново показахме рисунките си и сравнихме двете. Всички казаха, че са се почувствали спокойни и че не са участвали в подобно нещо досега.

След това помолихме хората да отговорят на първия набор от въпроси чрез анкета с мащабиране, като резултатите са представени по-долу. Смятахме, че на останалите въпроси ще бъде по-добре да се отговори в дискуссионни групи, така че дадохме на нашите участници пълния набор от въпроси, разделихме ги в две стаи за 30 минути, за да преминат през и да обмислят зададените въпроси. Всяка група подготви някои бележки. Избрахме творци от нашите мрежи. Нашите участници са смесица от заети и безработни творци, някои от които управляват собствен бизнес. Имаме общо 8 души. По-долу е отразена тяхната обратна връзка.

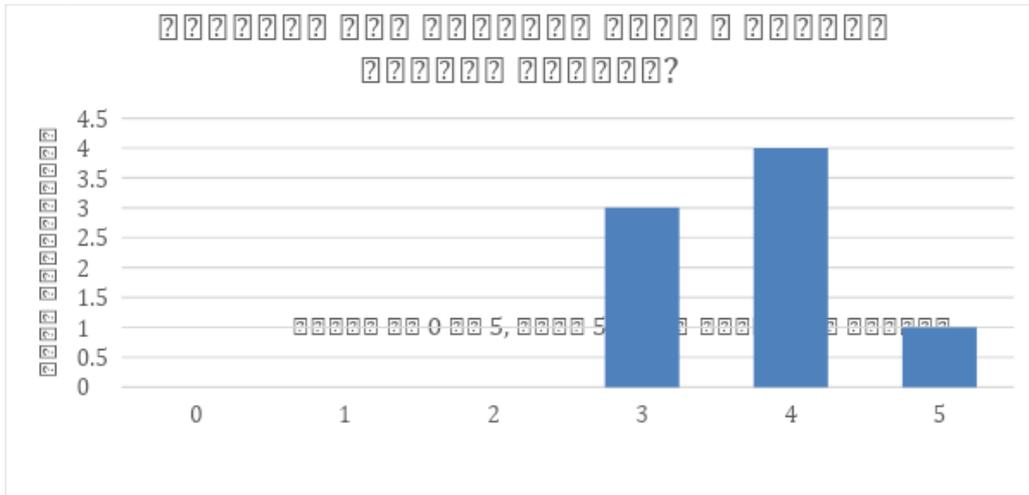
Въпрос 1:



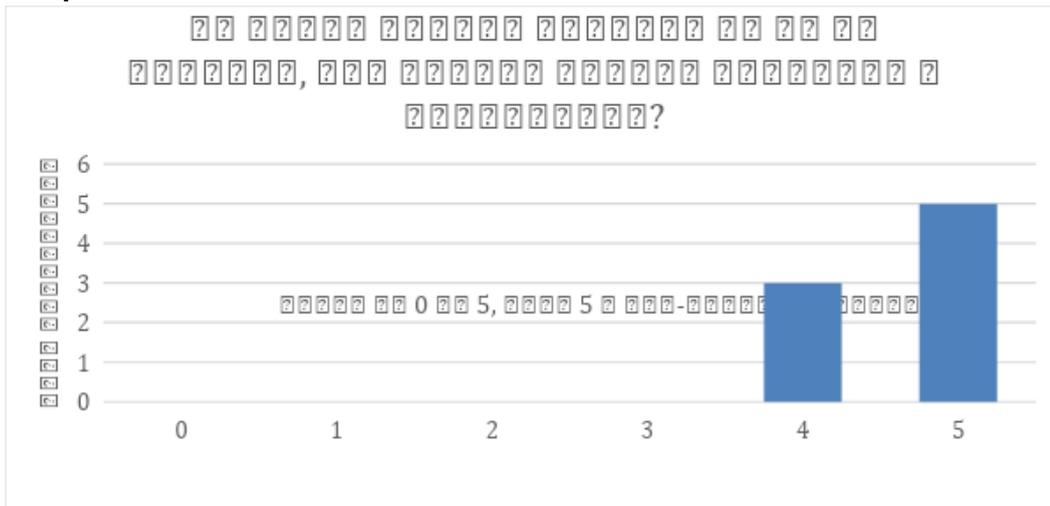
Въпрос 2:



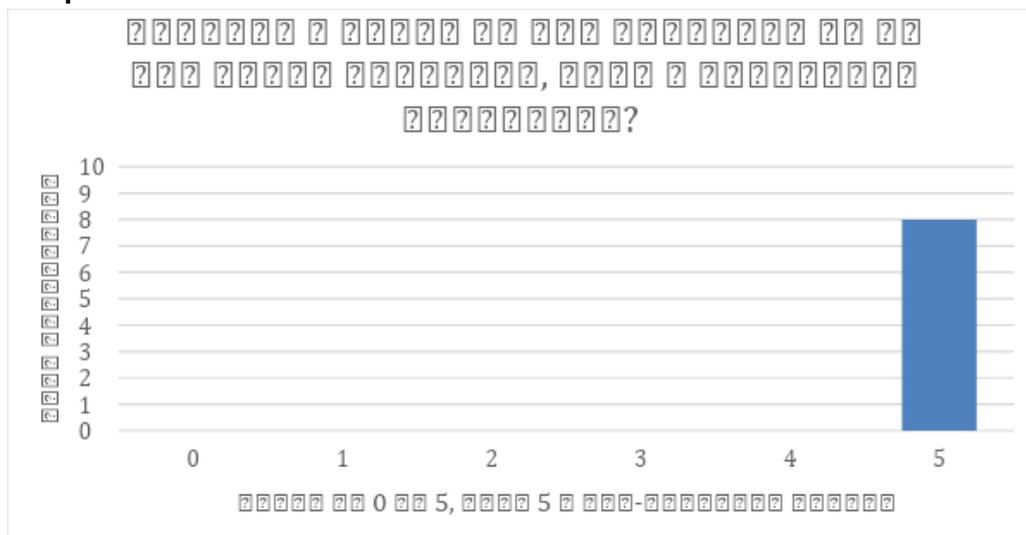
Въпрос 3:



Въпрос 4:



Въпрос 5:



Това са въпросите, които бяха дадени за обсъждане.

Въпрос: Във вашата творческата работа – подготвени ли сте да правите грешки?

Обобщение на отговорите:

Творците са категорични, че са готови да правят грешки в работата си, т.е. че в занаята си са свикнали да експериментират или да усещат, че крайният резултат не е правилен по някакъв начин, и че са готови и се очаква да започнат отначало. Когато мислеха за своето изкуство, това беше норма сред всички, с които разговаряхме. Въпреки това, когато бяха насърчени да говорят за грешките в бизнеса, отговорите бяха смесени, като някои смятаха, че са готови да поемат рискове, но всички казаха, че понякога са се притеснявали да правят грешки, тъй като грешките се смятаха за скъпи, а тази група смяташе, че приходите им са доста непостоянни в най-добрите времена и следователно грешки, които водят до загуба на приходи, могат да бъдат изключително вредни. Едно от лицата говори за грешки, които могат да доведат до уронване на репутацията, и че възстановяването след уронване на репутацията е много по-голямо. Когато беше помолен да предостави повече подробности, този човек отбеляза въпроси като коментари в социалните медии и отзиви.

Резултатите, показани в таблицата, озаглавена „Въпрос 1“ по-горе, показват, че някои от тях са посочили 3 като степен на увереност. Възползвахме се от възможността да

поговорим за грешките и доверието и попитахме дали те са взаимосвързани. Групата като цяло смята, че да, ниската увереност е допринасящ фактор и когато се чувстват слабо уверени, те са по-малко готови да поемат рискове и по-малко склонни (също и по-малко способни) да се справят с последиците от допускането на грешки.

Въпрос: Кои според вас са основните пречки вашият бизнес да бъде по-успешен?

Обобщение на отговорите:

След известно обсъждане помолихме всеки член да избере 3 ключови пречки. След това те бяха обединени в 5 пречки:

- 1) Достъп до финансиране и финансови съвети
- 2) Получаване на помощ като наемане на хора. Пречките тук бяха свързани с разходите за наемане на хора и отговорността за наемането им, но се признава, че един човек не може да направи всичко сам.
- 3) Липса на опит при представяне на предложения за работа / търсене на работа и клиенти
- 4) Фокус, планиране и стратегия
- 5) Увереност – те смятат, че увереността ще се подобри, ако горните пречки по някакъв начин се преодолеят с помощ. Някои от тях говореха за ментори и за това, че подкрепата на менторите и човек, към когото да се обърнат, биха били полезни.

Въпрос: Знаете ли какво е социално предприятие и какво това би значило за вашия творчески бизнес?

Обобщение на отговорите:

Никой не беше сигурен какво е социално предприятие, докато не го обяснихме, а след това те разпознаха концепцията и знаеха за проекти, които са социални предприятия. Не бяха се замисляли как социалните предприятия могат да подпомогнат техния творчески бизнес. След като разбраха концепцията, всички творци пожелаха да участват в социално предприятие.

Въпрос: Бихте ли посещавали бизнес обучения или групи за подкрепа?

Обобщение на отговорите:

Да, всички са отворени за участие в обучението, но имаше много разнообразни дискусии относно ограниченията във времето и ангажиментите, които биха могли да се окажат пречка. Всички предпочитат кратки курсове. Само едно лице заяви, че предпочита изцяло онлайн, а други предпочитат виртуални срещи на живо или срещи на живо, тъй като се интересуват от социалния аспект и възможностите за създаване на контакти и дискусии, които груповите сесии предоставят.

Въпрос: Търсите ли нововъведения, т.е. намирате ли нови начини за правене на нещата, промени/усъвършенстване на процесите, за да задоволите нуждите и желанията на клиентите си (както продукти, така и услуги)?

Обобщение на отговорите:

Да, всички смятат, че активно търсят нови начини за правене на нещата както във връзка с изкуството, така и с бизнеса - от двете повече в изкуството, но тъй като възприемат изкуството си като бизнес, двете неща са трудни за разделяне. Малцина са се замисляли за нуждите на клиентите и за нови продукти и услуги, тъй като изкуството им е това, което продават - например: клиентът се нуждае от певица, така че те поръчват певица. Ако клиентът се нуждае от художник, тогава той резервира него. Те смятат, че клиентите им идват при тях "заради това, което правим".

Въпрос: Отделяте ли редовно време за търсене на нови креативни концепции, оглеждате ли се за възможности извън вашия бизнес – външни изложения/търговски изложения/семинари?

Обобщение на отговорите:

Да, всички те винаги са търсили нещо ново и различно. Всички казаха, че посещават семинари и други подобни събития, за да установят контакти, да видят кои са новите изгряващи таланти в тяхното изкуство и как хората реагират на новото изкуство, както и да изложат и разкажат за собствените си творби.

Въпрос: Дали хората около вас са любознателни и предприемчиви? Обграждате ли се с други предприемачи и обсъждате ли идеи, за да изпробвате и изберете най-иновативното решение за решаване на бизнес предизвикателство?

Обобщение на отговорите:

В началото нашите творци говореха за това, че се обграждат с други творци, които са любознателни мислители, но преди това не са смятали, че тези хора са предприемачи. По време на дискусиата обаче "разнишихме" термина/концепцията "предприемачески мислещ човек" и говорихме за това, че предприемаческото мислене е нещо, което може да се прилага по-широко. Те работят или търсят други творци в подобна област или в различни области, за да повишат креативността и иновациите, но не са го правили, за да се справят с бизнес предизвикателства.

Въпрос: Разполагате ли с позитивни, доверени и откровени хора, които да ви помогнат да мислите нестандартно?

Обобщение на отговорите

Всички от нашия творци от групата заявиха, че имат професионални контакти, които ги подкрепят и са добър съветник, но тези взаимоотношения са неформални и те не са мислили да ги формализират, например да използват подходи за учене чрез действие или коучинг подходи с професионалните си контакти, за да им помогнат да мислят нестандартно.

Въпрос: Как предпочитате да работите? Екстроверт ли сте – откривате ли най-добрите си идеи при обсъждане в група? Или сте интроверт – нуждаете се от време и пространство само за вас, за да творите?

Обобщение на отговорите

Отговорите тук наистина бяха смесени. Няколко души (3) предпочитат да си сътрудничат при формулирането на идеи, след което да си тръгнат и да разработят тези идеи, преди да се върнат, за да си сътрудничат отново. Останалите (8) предпочитат да имат собствено време и пространство, за да творят.

Въпрос: Как бихте могли да разгърнете потенциала си на цифровия пазар? И каква подкрепа ще ви е необходима, за да се изявявате като творец в дигиталната сфера - маркетинг и промоции?

Обобщение на отговорите

Нашите творци са запознати с цифровите платформи, но предпочитат да използват социалните медии. Тези, които имат собствени компании, имат уебсайтове, но никой не доставя и не се снабдява с нищо по цифров път. Всички използват цифрови подходи, за да представят работата си, а някои от тях се занимават с маркетинг и промотиране чрез социалните медии, но опитът им варира - от един човек, който казва, че "се занимава със социалните медии", до друг човек, който има кампания в социалните медии, и други, които са по средата с уменията и опита си.

Въпрос: Проучвате ли новите таланти и технологии, които биха могли да повлияят на бъдещото ви бизнес планиране?

Обобщение на отговорите

Само един човек заяви, че го прави, и той е режисьор и фотограф. Другите казаха, че не го правят и със сигурност не по отношение на бъдещото бизнес планиране.

Въпрос: Как изкуството може да се превърне в занаят - да създавате творения за масовия потребител, като междувременно запазите творческите си ценности? Как можете да намерите идеалната си публика?

Обобщение на отговорите

Те биха оценили високо подкрепа за намирането, разширяването и увеличаването на идеалната им потребителска група. Те се върнаха към предишните въпроси за разширяване на бизнеса си, работа в мрежа, продажба и популяризиране. Имаше усещане за високо ниво на конкуренция в техните области и затова всеки човек говори за намирането на нещо, което е уникално за него, за неговото "изключително предложение за продажба".

Въпрос: Показвате ли се? Излизате ли от зоната си на комфорт и рекламирате ли се? Професионална мрежа от контакти? Разглеждате ли се като стока? Какво ви спира?

Обобщение на отговорите

3 човека казаха, че усещат, че излизат от зоната си на комфорт и че се рекламират чрез социалните медии и професионални мрежи, но останалите казаха, че не го правят. От тези, които не го правят, времето е пречка, както и незнанието към коя

професионална мрежа да е насочат и липсата на доверие и опит в нетуъркинга. Всички казаха, че мислят за творческия си продукт като за стока, но не и за себе си.

Въпрос: Някой от въпросите накара ли ви да мислите различно за някой аспект от творческия ви бизнес? Кой?

Обобщение на отговорите

Всички казаха, че всеки от горните въпроси ги е накарал да се замислят по някакъв начин. Когато бяха помолени да посочат един въпрос, те избраха:

- Информацията какво е социално предприемачество
- Как бихте могли да разгърнете потенциала си на цифровия пазар?
- Търсите ли нововъведения?
- Дали хората около вас са любознателни и предприемчиви?
- Рискувате ли?

Заклучение

В Обединеното кралство има динамичен и разрастващ се сектор на социалните предприятия, който допринася за икономиката с повече от 2 милиарда паунда всяка година. Всички социални предприятия имат социална мисия и се стремят да променят своите общности, но те се различават значително по размер и могат да бъдат открити във всички сектори на бизнеса - от потребителски стоки и здравеопазване до ресторанти и управление на сгради.

По време на прекъсването на работата, причинено от глобалната пандемия Covid-19, правителството помогна на социалните предприятия да оцелеят, като им предостави спешни средства, и има обща увереност, че секторът ще продължи да расте и процъфтява, докато обществото бавно се нормализира.

Правителството осъзнава значението на социалните предприятия, а дирекция "Гражданско общество и младеж" към Министерството на цифровите технологии, медиите, културата и спорта е органът, който отговаря за изпълнението на програмата. Въпреки това е вярно да се каже, че много неправителствени организации са от ключово значение за успешното съществуване на социалните предприятия в Обединеното кралство.

Social Enterprise UK (SEUK) е водещ световен авторитет в сектора и работи като стратегически партньор на правителството. Тя вярва, че социалните предприятия

са бъдещето на бизнеса и се стреми да влияе на вземащите решения, като популяризира сектора и лобира от негово име.

Потенциалните социални предприемачи в Обединеното кралство могат да получат помощ и от организации като Училището за социални предприемачи (School for Social Entrepreneurs). (SSE). Мисията на SSE е да мобилизира опита на хора от всякакъв произход и да ги подкрепя да използват предприемачески подходи за създаване на трайна социална и екологична промяна. То провежда курсове, които дават възможност на хората да създават, разширяват и укрепват организации, които водят до положителна промяна, и също така предлага подкрепа под формата на финансиране и наставничество.

UnLtd открива, финансира и подкрепя социални предприемачи чрез награди, които подпомагат стартирането и разрастването на бизнеса. Организацията е установила пречките пред социалните предприемачи и се стреми да ги преодолее чрез изследвания, политическа дейност и кампании.

Съществуват няколко различни начина за структуриране на социално предприятие в Обединеното кралство с потенциални предимства и недостатъци на всяка налична структура. Начинаещите социални предприемачи могат лесно да получат съвет за най-подходящата структура и да намерят необходимата подкрепа и финансова помощ, за да стартират успешно нов бизнес.

Като цяло в Обединеното кралство има малко пречки пред социалното предприемачество и ентузиазирани, креативни и ангажирани хора могат да получат достъп до подкрепата, от която се нуждаят, за да навлязат в този разрастващ се сектор.

Списък на използваните източници на информация

<https://www.gov.uk/government/organisations/office-for-civil-society>

<https://www.gov.uk/set-up-a-social-enterprise>

<https://www.socialenterprise.org.uk/>

<https://www.the-sse.org/>

<https://www.unltd.org.uk/>

<https://www.reformradio.co.uk/>

<https://www.chilternmusictherapy.co.uk/>

Национален доклад – CSI, Кипър

Задача

На всеки партньор беше възложено да направи преглед на литературата, за да се улесни разбирането на текущата ситуация по отношение на предизвикателствата, пречките, възможностите и нуждите на целевата група в съответната страна по отношение на социалната икономика и различните аспекти на инициативите за социален бизнес. Той трябва да направи оценка на текущото състояние на изследванията и да демонстрира познаване на научните дебати по темата.

Настоящият национален доклад обхваща Кипър и представя изследванията по отношение на социалната икономика и различните аспекти на инициативите на социалния бизнес. Това изследване ще се съсредоточи върху структурата на социалното предприятие и различните начини и възможности, които Европа предлага в тази област.

Това изследване ще залегне в основата на PINOLO Ръководство за социален бизнес (ПРСБ), който има за цел да осигури ясно разбиране на контекста и настоящата ситуация, за да се подкрепят безработните творци да станат социални предприемачи.

От този доклад партньорите по проекта се надяват да научат:

- Организациите на социалните предприятия и различните структури, които Европа предлага в тази област.
- Онлайн проучване на статии и есета относно социална икономика и инициативи на социално предприемачество.

- Проучвания на случаи на успешни социални бизнес начинания.
- Описание на учебните цели на проекта въз основа на необходимите умения, които участниците трябва да притежават, за да предприемат социално-предприемачески инициативи.
- Разработване на основните учебни дейности, които ще насочат участниците към предприемане на социални бизнес инициативи

Нашите изследователски подходи

Екипът на CSI в сътрудничество за провеждане на съответното документално проучване и цялостно проучване за избраната от нас местна група от участници.

Увод

Терминът "социално предприятие", който е сравнително ново понятие за Кипър, се появява за първи път в началото на 2010 г. и няма правен статут до 2020 г. Основната цел на традиционното предприятие е печалбата. Социалното предприятие може да има или да няма печалба, но основната му цел е да създаде положително социално въздействие.

Ползата от социалните предприятия е, че те могат да предлагат на обществото услуги, които правителството не може да предложи, и да ангажират хора от групи в неравностойно положение или маргинализирани групи. Тази практика има двойно въздействие: тя не само спомага за подобряването на обществото, но и допринася за борбата с безработицата.

Социална икономика и предприемачество в Кипър

Секторът все още е слабо развит (Европейска комисия, 2019 г.). Социалните предприятия в Кипър се състоят от частни дружества с нестопанска цел или с цел печалба, асоциации, кооперации, фондации и доброволчески групи (*ibid.*).

Секторът на социалната икономика е доста нов и не съвсем развит в Кипър, а доскоро не съществуваше правна или политическа рамка за социалните предприятия. В доклада за страната "Социалните предприятия и техните екосистеми в Кипър 2019" (*ibid.*) се посочва, че при липсата на правна рамка социалните предприятия в Кипър са действали като благотворителни фондации или дружества с ограничена отговорност, без да бъдат признати от правителството (*ibid.*).

Законът за социалните предприятия е създаден през декември 2020 г. от Камарата на представителите². Съгласно този закон социалното предприятие е отделен субект и може да бъде или социално предприятие с общо предназначение (инвестиращо поне 70% от печалбата си в каузата, която изпълнява), или предприятие за социална интеграция (когато каузата се обслужва чрез наемане на хора от групи в неравностойно положение или уязвими групи - поне 40% от персонала) (DGEPD, n.d.). Главна дирекция "Европейски програми, координация и развитие" (ГД "ЕФСР") е органът, който отговаря за регистъра на социалните предприятия в Кипър³.

Според последния доклад на Банката на Кипър (2010 г.) кипърската икономика се състои от три основни сектора: туризъм и услуги, промишленост и строителство, селско стопанство и природни ресурси. Секторът на услугите е в основата на икономиката на острова със 78,9% от БВП и е най-засегнатият сектор от настоящата пандемия COVID-19. Въпреки препятствията, поставени от пандемията, в последния доклад на Министерството на финансите пазарът на труда се описва като "устойчив и гъвкав" (2021 г.).

Според доклада на Европейската комисия за социалните предприятия и техните екосистеми в Кипър (2019 г.) приблизителният брой на социалните предприятия през 2017 г. е бил 190 в рамките на дружества с ограничена отговорност с акции или гаранции, кооперации, асоциации и фондации. Основните участници в социалните предприятия са министерства, висши учебни заведения, организации на гражданското общество, изследователски центрове или институции и мрежи от социални предприятия (*ibid.*).

Примери за социално предприемачество в Кипър

CyprusInno⁴

Дигитална платформа, свързваща две общности, която дава възможност на кипърците отвъд границата да работят в мрежа, да се учат и да се свързват

² [http://www.dgepcd.gov.cy/dgepcd/dgepcd.nsf/All/DF9FFC9C5ADDE521C2258464001F2F39/\\$file/%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%9F%CE%A3%CE%A7%CE%95%CE%94%CE%99%CE%9F_%CE%9A%CE%9F%CE%99%CE%9D%CE%A9%CE%9D%CE%99%CE%9A%CE%A9%CE%9D%20%CE%95%CE%A0%CE%99%CE%A7%CE%95%CE%99%CE%A1%CE%97%CE%A3%CE%95%CE%A9%CE%9D%20%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%9F%CE%A3%202019_%CE%92%CF%84%CE%91_wtrm.pdf](http://www.dgepcd.gov.cy/dgepcd/dgepcd.nsf/All/DF9FFC9C5ADDE521C2258464001F2F39/$file/%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%9F%CE%A3%CE%A7%CE%95%CE%94%CE%99%CE%9F_%CE%9A%CE%9F%CE%99%CE%9D%CE%A9%CE%9D%CE%99%CE%9A%CE%A9%CE%9D%20%CE%95%CE%A0%CE%99%CE%A7%CE%95%CE%99%CE%A1%CE%97%CE%A3%CE%95%CE%A9%CE%9D%20%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%9F%CE%A3%202019_%CE%92%CF%84%CE%91_wtrm.pdf)

³ Вижте допълнителните условия тук:
https://www.karitzis.com/en/news/social-enterprises/ppp-101/163/?utm_source=Mondaq&utm_medium=syndication&utm_campaign=LinkedIn-integration

⁴ <https://cyprusinno.com/>

помежду си. CyprusInno разполага с най-голямата база данни за стартиращи предприятия и бизнес центрове, както и с център за електронно обучение, съдържащ повече от 100 урока. Общността редовно организира срещи и събития за своите членове.

Кипърска търговско-промишлена палата⁵

КТПП е федерация на местните търговско-промишлени палати във всеки район на острова. Съюзът на кипърските бизнесмени наброява приблизително 8000 членове. Той представя и популяризира идеите и възгледите на своите членове пред държавата. Целта му е да подобри качеството на живот чрез развитие на икономиката.

Център за социални иновации⁶

Научноизследователски и образователен център, който има за цел да оказва системно въздействие върху социалната структура на нашето общество, за да позволи, насърчи и улесни по-доброто качество на живот на възможно най-много хора чрез процеса на социални иновации, за да постигне социална справедливост, да решава системни проблеми и да разработва решения, които могат да предоставят възможности на отделни лица и организации.

Фондация за научни изследвания и иновации⁷

Фондацията за научни изследвания и иновации е кипърският национален орган, който насърчава и подкрепя научните изследвания и иновациите. Дейността на фондацията за научни изследвания и иновации е насочена към разработване на национални програми за научни изследвания, насърчаване на конкурентоспособността, подкрепа на иновациите на острова, както и към представянето им в чужбина.

Обратна връзка от фокус група от творци – онлайн сесия, проведена на 9 юни 2021 г.

Увод

Онлайн сесията на местната фокус група PINOLO се проведе на 09.06.2021 г. чрез Zoom и продължи около 90 минути. В началото на сесията Центърът за социални

⁵ <https://ccci.org.cy/>

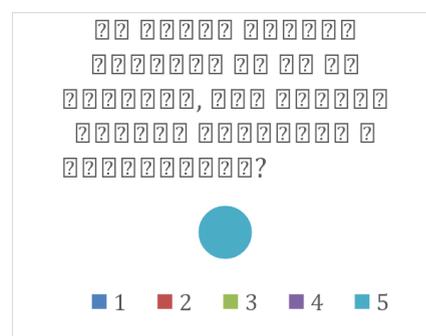
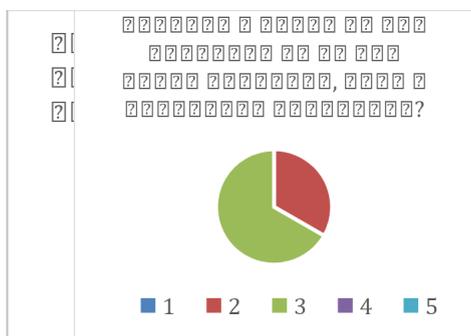
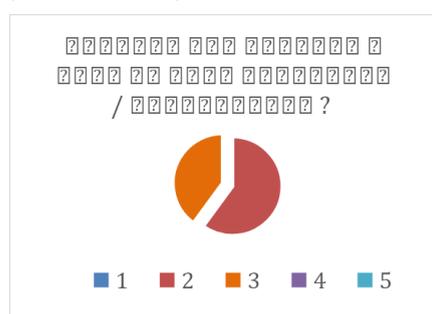
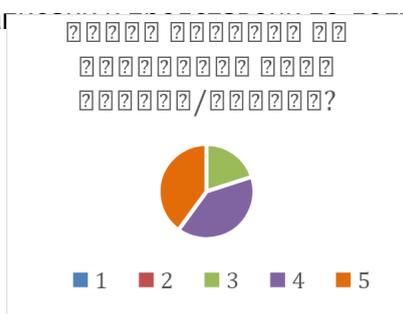
⁶ <https://csicy.com/>

⁷ <https://www.research.org.cy/en/>

иновации, организацията домакин, приветства всички участници и ги помоли да се представят накратко, за да се запознаят по-добре помежду си. Сесията започна кратко представяне на Центъра за социални иновации и неговите текущи проекти. Центърът за социални иновации подготви подробна презентация на проекта, включваща резюме на PINOLO, цели, резултати, задачи, целеви групи и консорциум, както и целта на сесията на фокусната група.

Сесия на местна фокус група

Сесиите на местните фокус групи започнаха с първата част на въпросника и участниците бяха помолени да отговорят на кратките въпроси. Техните отговори бяха за:



Във вашата творческа работа - подготвени ли сте да правите грешки?

Творците определиха понятието "грешка" по различен начин: техническа грешка (например неправилно използван материал), творческа грешка (например създадено нещо по погрешка) и предприемаческа грешка. Всички те се съгласиха, че са допускали грешки и че е добре да бъдат подготвени, за да избегнат негативно последствие.

Кои според вас са основните пречки вашият бизнес да бъде по-успешен?

Творците заявиха, че поради финансовата страна на нещата се страхуват да поемат рискове и да инвестират. Стойността на произведенията на изкуството е трудно да се определи и понякога творците се обезсърчават от предложенията на потенциалните купувачи. Друга пречка е идеята за консервативна общност в Кипър, която функционира като пречка пред творчеството на артистите.

Знаете ли какво е социално предприятие и какво това би значило за вашия творчески бизнес?

Някои участници имаха нужда от помощ при дефинирането на понятието "социално предприятие". Творците проявиха голям интерес и заявиха, че възможността за създаване на социално предприятие може да им даде насока, както и да послужи на добра кауза и да окаже въздействие върху местната общност.

Бихте ли посещавали бизнес обучения или групи за подкрепа?

Участниците се съгласиха, че има нужда от сесии за обучение и подкрепа, тъй като те с удоволствие биха подобрили съществуващите си умения и биха научили нови.

Търсите ли нововъведения, т.е. намирате ли нови начини за правене на нещата, промени/усъвършенстване на процесите, за да задоволите нуждите и желанията на клиентите си (както продукти, така и услуги)?

Беше обсъдена разликата между иновации и работа по поръчка. Творците постоянно се стремят към иновации и биха били готови да се приспособят към нуждите на пазара, но не са съвсем склонни да създават по поръчка и да поставят граници на творчеството си.

Отделяте ли редовно време за търсене на нови креативни концепции, оглеждате ли се за възможности извън вашия бизнес – външни изложения/търговски изложения/семинари?

Групата заяви, че редовно следи за външни предложения (пряк пример за това беше нашата PINOLO фокус група). Бяха споменати синестезията и множествеността. Творците обичат да имат по-цялостен и завършен поглед върху актуалната ситуация и да следят тенденциите в сферите на изкуството, различни от тези, в които са специализирани (например

визуален артист следи събития в областта на музиката и сценичните изкуства).

Дали хората около вас са любознателни и предприемчиви? Обграждате ли се с други предприемачи и обсъждате ли идеи, за да изпробвате и изберете най-иновативното решение за решаване на бизнес предизвикателство?

Не е лесно да се намерят предприемчиви хора, а понякога творците трудно намират хора, които да подкрепят творческите им идеи в Кипър. Други заявяват, че смятат, че са "късметлии", че са заобиколени от хора, които могат да им помогнат и да им предложат съвети по отношение на финанси и въпроси, свързани с бизнеса, които те намират за предизвикателство и за които им липсват знания. Провеждането на "мозъчна атака" с хора, на които могат да се доверят, е практика, която участниците смятат за много полезна.

Разполагате ли с позитивни, доверени и откровени хора, които да ви помогат да мислите нестандартно?

Един от участниците заяви, че доброволчеството е начин да види нещата от различна гледна точка и да излезе от зоната си на комфорт. Друга практика е четенето на специални статии, свързани с дисциплината, и проучването на произведенията на други творци. Друг начин за получаване на вдъхновение са социалните медии. Творците заявиха, че използват социални медии като Instagram, за да се вдъхновяват. Те също така подчертаха факта, че особено когато става въпрос за съвременно изкуство, са необходими иновации. Те вярват, че колкото повече научават, толкова по-напредничави и мотивирани стават.

Как предпочитате да работите? Екстроверт ли сте – откривате ли най-добрите си идеи при обсъждане в група? Или сте интроверт – нуждаете се от време и пространство само за вас, за да творите?

Всички участници се съгласиха, че и двете практики са необходими в зависимост от задачата/предмета. Те се нуждаят от време насаме, далеч от разсейващи фактори, за да се концентрират и да напреднат в работата си. Те също така заявяват, че престоят сред други хора е добра дейност за "мозъчна атака", която може да им помогне, когато се сблъскат с трудности. Доста интересно свидетелство е, че присъствието сред другите може да бъде източник на тревога и причина за преценка.

Как бихте могли да разгърнете потенциала си на цифровия пазар? И каква подкрепа ще ви е необходима, за да се изявявате като творец в дигиталната сфера - маркетинг и промоции?

Участниците смятат, че навлизането на цифровия пазар е необходимост - особено през този период - но го намират за непосилно и трудно. Някои от участниците са проучили цифровия пазар, въпреки че търговската му страна им създава проблеми. Те смятат, че е трудно да се определи целевата аудитория на цифровия пазар. Социалните медии биха могли да се използват в тази посока, за да се популяризира работата на творците.

Проучвате ли новите таланти и технологии, които биха могли да повлияят на бъдещото ви бизнес планиране?

Участниците заявиха, че не го правят съзнателно, но се опитват да се информират и да са в крак с всичко, което се случва извън техните ателиета. Търсенето на софтуери (напр. софтуер за създаване на видео, приложения за редактиране на снимки) е в списъка на участниците с необходимите инструменти, въпреки високата им финансова цена.

Как изкуството може да се превърне в занаят - да създавате творения за масовия потребител, като междувременно запазите творческите си ценности? Как можете да намерите идеалната си публика?

Намирането на идеалната публика определено е трудност за творците. Създаването на творби за масите не е това, което те търсят. Те наистина предпочитат качеството пред количеството. Комерсиалната и качествената страна на изкуството трябва да имат тънка граница помежду си и да се поддържат живи и двете.

Показвате ли се? Излизате ли от зоната си на комфорт и саморекламирате се? Създавате ли мрежи? Мислите ли за себе си като за стока? Какво ви спира?

Участниците твърдо вярват, че самостоятелното популяризиране на работата им определено си заслужава. Въпреки това изграждането на мрежа и превръщането им в успешен собственик на бизнес се счита за труден и отнемащ време процес. Тъй като Кипър е малък остров, той не предлага много алтернативни възможности, затова съществува стремеж към самореклама. Подкрепа за бизнеса е почти невъзможно да си позволите. Съществува въпросът за необходимостта. Търсенето на възможности за финансиране е алтернатива на популяризирането.

Участниците имат проблеми при идентифицирането си с една сфера и се чувстват по-скоро между сферите. Някои от участниците се чувстват неудобно да се саморекламираат и отчитат това чувство на неудобство.

Някой от тези въпроси накара ли ви да се замислите по различен начин за някой аспект на вашия творчески бизнес? Кой конкретно?

В края на сесията всички участници се съгласиха, че дискусията е била много ползотворна. Една от участничките дори поиска копие от въпросите, за да създаде мотивационно табло за творческо мислене в своята практика. Предприемачеството е дисциплина, по която участниците трябва да научат повече. Те се чувстват претоварени и неуверени в тази област.

Референции

Bank of Cyprus Group. (2010). Planning and Division Report.

<https://bankofcyprus.com/Documents/Publications/Country%20reports/l100181.pdf>

Cyprus Ministry of Finance. (2021). Macroeconomic Outlook. [Presentation].

http://mof.gov.cy/assets/modules/wnp/articles/202103/852/docs/mof_presentation_macro_mar21_web.pdf

Directorate General of European Programmes, Coordination and Development. (n.d.) Social Entrepreneurship. http://www.dgepcd.gov.cy/dgepcd/dgepcd.nsf/page60_en/page60_en?OpenDocument

European Commission. (2019). Social Enterprises and their Ecosystems in Europe: Cyprus Country Report. <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=22194&langId=en>

Национален доклад – ФБО, България

Увод

Националният доклад за социалния бизнес в България е разработен в рамките на работата по изготвянето на първия интелектуален продукт на проекта PINOLO. Документът съчетава резултатите от изследователската дейност и взаимодействието с професионалисти на национално ниво, включително и със създадената група на местни творци.

Социална икономика и социално предприятие в България

От 2012 г. социалната икономика в България се регулира от Националната концепция за социална икономика на Министерството на труда и социалната политика, дирекция "Жизнен стандарт, демографско развитие, политики и стратегии". Министерският съвет е отговорен за плановете за действие за различните години, свързани с тази Концепция.

Както е посочено в този стратегически документ "Националната концепция за социална икономика е израз на политическата ангажираност на държавните институции на България за създаване на благоприятна среда за развитие на модели и практики на социалната икономика. С прилагането на Концепцията се цели: да се повиши осведомеността, съответните аспекти на социалната култура и човешките ценности; да се развие визията и приоритетната цел на правителството за насърчаване на социалната икономика; да се изрази концентрираната воля на по-широк кръг заинтересовани страни; да се осигури платформа за развитие на свързаните с нея политики; да се осигурят стимули за развитие на нови подходи за социално включване; да се подкрепи приносът за постигане на целите на стратегията "Европа 2020".

В документа се разглеждат характеристиките на социалното предприемачество и неговото значение за различни групи от обществото, особено за тези, които са изложени на риск от изключване.

Основната работа в областта на социалното предприемачество се извършва от неправителствени организации, които съгласно законодателството имат право и на определени икономически дейности. Приходите от тези дейности, заедно с други видове набиране на средства, подпомагат каузите и основните дейности на тези организации.

Известно предизвикателство е оценката на обхвата на социалните предприятия, които отговарят на европейските дефиниции, поради липсата на такива данни. Сред основните причини за това предизвикателство е "бавният, колеблив процес към институционализиране и нормативно дефиниране на социалните предприятия

в България". (Европейска комисия (2019 г.) *Социални предприятия и техните екосистеми в Европа. Актуализиран доклад за страната: България*. Автор: проф. Мария Желязкова. Люксембург. Служба за публикации на Европейския съюз. Линк: <https://europa.eu/!Qq64ny>)

Горепосоченият документ е най-изчерпателният документ за социалното предприемачество в България. Според него "социалните предприятия представляват по-малко от 1% от всички предприятия в страната и осигуряват заетост на около 1,6% от всички заети.

Екосистемата на социалните предприятия в България се оформя чрез взаимодействието на различни участници: създатели на национални политики, социални партньори, местни власти, изследователски и образователни институции, представители на различни видове организации като НПО и кооперации, донори и финансови органи. Сред многото участници националните институции, местните власти и малък брой НПО имат най-голямо влияние върху политиките и правната рамка. Както показва прегледът, мерките за подкрепа на социалните предприятия изглеждат доста скромни, така че следва да се проучат и разширят нови възможности."

3. Примери за успешно социално предприемачество в България

Мулти култи колектив (МКК)

Уебсайт: <https://multikulti.bg/en>

Лице за връзка: Бистра Иванова, председател

Мулти култи колектив (МКК) е една от водещите благотворителни организации в България, която работи за общностно развитие, интеграция на мигранти и бежанци и човешки права от 2011 г. Организацията работи както на терен, така и на ниво политики, за да постигне по-голямо влияние и социална промяна на национално и европейско ниво. Организацията също така развива и собствено социално предприемачество, което помага на мигранти от 2013 г., като предлага и рекламира техни кулинарни услуги на отделни клиенти, културни институции, малки и големи фирми. Някои от основните принцип на организацията са насърчаване, съвместно творчество и учене през целия живот. МКК е базиран в София, но през 2015 г. се разраства като социален франчайз в 8-те най-големи български града. МКК е национален координатор на официалния портал на Европейската комисия за интеграция на граждани на трети страни - Европейски уебсайт за интеграция - от 2013 г. През декември 2016 г. МКК стана един от съоснователите на СИРИУС, европейско НПО, базирано в Брюксел, което работи за образованието на мигрантите. МКК е водещ български партньор на най-големия европейски изследователски проект в сферата на интеграция на бежниците EU NIEM от 2016 г.

През 2017 г. МКК стана съосновател на Европейска мрежа за ненасилие и диалог. През 2018 г. в София беше открит центърът "Мулти култи", който представлява сътрудничество между мигранти и местно население и в който се провеждат дейности, ръководени от мигранти, като например курсове по готварство, културни и социални събития, както и насърчаване на многообразието и диалога. МКК има успешен опит в големи национални медийни кампании, повишаване на осведомеността, използване на изкуството и културата за социална промяна, иновативни обучения, солидни изследвания, цялостен мониторинг на националните интеграционни политики, политически анализи, стратегическо застъпничество. МКК работи с политици, местни власти, международни организации, НПО, бизнес, медии, изследователи, мигранти, бежанци и младежи. Проектите на МКК са представяни като социални иновации и най-добри практики на национално ниво и на ниво ЕС.



Meeting Points

Уебсайт: <https://meetingpoints.bg/en/>

Лице за връзка: Диана Недева

Екипът на Meeting Points вярва в красотата и трансформиращата сила на човешките срещи, в които се свързваме помежду си, споделяйки истории, опит и идеи. Това ги зарежда и мотивира да бъдат заедно и да сбъдват промените, които смятат за необходими в обществото. Ето защо мисията им е да създават възможности за тези срещи да се случат. Те постигат това чрез различни форми на изкуството, култура, неформално образование и доброволчество.

Техният проект Мечтателница е творчески проект за 'местосъздаване', който цели да утвърди София като град на толерантността, емпатията и разбирането. Стенописът е краен продукт на поредица от работилници с деца от български и чуждестранен произход, в които чрез творчески процес се случва взаимното им опознаване. Основна свързваща тема са мечтите, а финалният стенопис, събрал в себе си споделени от младежите истории, е нарисуван от артиста ТОЧКА СПОТ.



МРЕЖА ХЛЕБНИ КЪЩИ

Уебсайт: www.breadhousesnetwork.org

Лице за връзка: Надежда Савова - създател

Мрежа “Хлебни къщи” създава и обединява центрове за изграждане на общности, творчество и социално предприемачество с мисията да вдъхновява хората и общностите по света да откриват и развиват творческия си потенциал и да си сътрудничат чрез колективно приготвяне на хляб и съпътстващи го форми на изкуство и устойчиво екологично образование.

Хлебните къщи са физически пространства от 2 вида: обществен културно-социален център (в България и няколко други държави) и пекарни – социални предприятия, които обучават и наемат хора в неравностойно положение, като също служат и като социално-културни центрове (първата такава фурна „Хлебна къща“, която служи и за модел на „социален франчайз“ се намира в Габрово, България).

Програмите на мрежа „Хлебни къщи“ включва разнообразни инициативи: хлебна терапия, предназначена за малки групи от хора със специални нужди; програма за учене през целия живот „Пекари без граници“; програма за създаване на екипи “Bread Building”; детска програма „НадЕжко“; образователна програма за екология и храни; световна банка за зърно.



СВЕТЪТ НА МАРИЯ – подкрепа при заетост на лица с интелектуални затруднения

София, България

www.mariasworld.org

Лице за връзка: Миряна Сирийски – програмен директор

Хората с интелектуални затруднения в България са 46 000. От тях около 8000 живеят в столицата София. Хората с интелектуални затруднения в България са една от най-дискриминираните и изолирани групи в обществото.

Мисията на фондация „Светът на Мария“ е да подобри качеството на живот на хората с интелектуални затруднения и техните семейства, както и да подпомага личностната им реализация чрез осигуряване на достъп до качествени услуги, развиващо обучение и подходяща трудова заетост.

Целите на фондацията „Светът на Мария“ са да подобри качеството на живот на хората с интелектуални затруднения и техните семейства. Организацията е създадена през февруари 2012 г. в София като фондация, учредена в обществена полза, от семейството на Мария – млада жена с интелектуално затруднение. Ние вярваме, че всеки човек е ценен ресурс на общността и заслужава шанса да развие своя потенциал и да живее с надежда за бъдещето. Хората с увреждания трябва да бъдат свободни и равни с всички останали – свободни да правят своя избор и равни в предоставените възможности да го осъществят.

През 2015 г. Министерството на труда и социалната политика награждава защитеното кафене на фондацията с първа награда в конкурса „Годишни награди за социална иновация в подкрепа на социалната икономика 2015 г.“.

Защитеното кафене предлага кетъринг услуги за различен формат събития, като семинари, работни закуски, обеда или вечери, кафе паузи, коктейли, корпоративни партита. Храната се приготвя и сервира от клиентите на дневния център. Приходите от кетъринг услугите се инвестират в професионално обучение на хора с интелектуални затруднения в кулинарни умения и подкрепа за започване на работа на отворения пазар на труда.

Източник: mariasworld.org



СОЦИАЛНА ЧАЙНА – работа за младежи, израснали в институции

Варна, България <http://thesocialteahouse.bg/>

Лице за връзка: Мая Донев, Стояна Георгиева – създатели

Социалната чайна е социално предприятие, което предлага възможност на млади хора в неравностойно положение, отглеждани в институции, да упражняват социални умения, да започнат работа и да изградят самостоятелен живот. Чайната е алтернативно пространство за провеждане на различни събития. Всеки е добре дошъл на чаша чай, а и на много други места!

Социалната чайна е социално предприятие, създадено през 2014 г. във Варна, България. То има за цел да осигури първа работа и менторство на младежи, израснали в домове за сираци в България, и да им предложи възможност за независим начин на живот.

През 2015 г. Социалната чайна отвори официално врати като алтернативно социално пространство, в което млади хора с ограничен достъп до пазара на труда могат да получат своята първа работа. В многофункционалните ѝ помещения се провеждат различни културни събития, семинари, изложби, бизнес срещи, частни партита за деца. Тя предлага и мобилна чайна.

„Искаме да създадем пространство, където млади хора, израснали в домове за сираци, да започнат професионалния си път и да получат наставничество и подкрепа, от които се нуждаят, за да преодолеят липсата на добро образование, социални умения и доверие в обществото. Екипът ни разработи 3-годишна менторска програма и убедихме Община Варна да ни предостави сграда в сърцето на града, за да можем да отворим.“

Идеята се основава на 3 основни етапа:

1. Менторска програма, която помага на младите хора да развият социални и комуникативни умения, знания за гражданските си права и задължения, емоционална интелигентност.
2. Практическо обучение в чайната, където стажантите получават професионални компетенции в областта на обслужването на клиенти.
3. Място за първа работа, което помага на младежите да имат шанс да работят и да подобрят качеството си на живот.

Източник: thesocialteahouse.bg



ОЧИ НА ЧЕТИРИ ЛАПИ – училище за кучета водачи на незрящи хора

България

<http://e4p-bg.com/>

Лице за връзка: Албена Алексиева - председател

В България живеят 18 000 слепи граждани, а на Балканите - над 200 000 слепи хора.

Физическата свобода е толкова естествена, че можеш да я оцениш едва когато я загубиш. България има нужда от училище, което обучава кучета водачи за хора с увреждания.

"Очи на четири лапи" е фондация, която води училището, което обучава кучета водачи за незрящи хора - вече утвърден уникален проект в България - към пълния му потенциал.

Със своите специални умения и безгранична любов, на разположение 24 часа в денонощието, квалифицираните кучета водачи могат да спасят стотици слепи хора от самотния затвор на слепотата.

Училището за кучета водачи към фондация "Очи на четири лапи" съществува от 2001 г. и досега е обучило 56 кучета, които в момента помагат на своите собственици с увредено зрение. От 2013 г. "Очи на четири лапи" е член на Международната федерация на кучетата водачи. Фондацията е спечелила първа награда в конкурса за най-добър бизнес план в национален конкурс за социално предприемачество.

Фондацията предлага платени обучения на кучета, а приходите се използват за социалната им мисия. Провежданата публична кампания помага за привличането на дарители и помощници, които се грижат за бъдещите кучета водачи в детските им години.

С течение на времето екипът на "Очи на четири лапи" осъзнава, че само наличието на куче водач не е достатъчно; в действителност хотели, банки, ресторанти и други институции често не позволяват на хората с увреждания, придружени от кучета, да влизат в помещенията им, въпреки законовите предписания. Поради тази причина

екипът стартира кампанията "Отвори очи", чиято цел е да подтикне компаниите и институциите към сътрудничество.



Група участници на местно ниво от България

Група участници на местно ниво от България е създадена като част от дейностите по PINOLO, предвидени за изготвянето на първия интелектуален продукт на проекта - PINOLO Ръководство за социален бизнес.

Група включва **9 души - 5 жени и 4 мъже**. Подходът, приложен при създаването на тази група, е да се осигури участието и мнението на професионалисти от женски и мъжки пол в обхванатите области, както и представителството на двата основни сектора, които проектът PINOLO обединява за постигане на по-голямо въздействие - артистичния сектор и сектора за обучение по предприемачество. Членовете на българската местна група за участие са практикуващи професионалисти, обучители от частни фирми, обучител от частна организация за личностно развитие, включително чрез инструменти на изкуството, мениджър човешки ресурси, художник, собственик на танцово студио, архитект и учител/музикант по пиано и орган.

Основната цел на работата с групата местни участници на този етап беше да се запознаят с проекта и да се обсъдят техните нужди, чрез което да се оценят по-интерактивен начин нуждите от обучение и пропуските в уменията на безработните творци по темата за превръщането им в социални предприемачи.

По време на изпълнението на проекта групата участници от България може да се допълни с други подходящи членове, които могат да подкрепят дейностите по проекта и разпространението на информация, както и да осигурят устойчивост чрез използване на резултатите от PINOLO след края на финансирания период.

На този етап работата с българската група участници беше осъществена с помощта на **два подхода**:

Някои от участниците бяха част от дискуссионната група по време на събитие, проведено в София. Целта на **дискуссионната група** беше да се споделят мнения и идеи, свързани с целите на проекта, и по-специално с очакванията и изискванията към Ръководството за обучение за целевата група на проекта.

С други **членове на групата от местни участници** екипът на проекта се свързва направо посредством двустранни срещи/разговори.

Дискуссионна група:

Фондацията на бизнеса за образованието организира събитие, което привлече участници от Министерството на образованието и науката, Националната агенция за професионално образование и обучение, Националната агенция по заетостта, Националната агенция за приходите, университети, професионални училища, доставчици на обучение и неправителствени организации.

Един от панелите на това събитие беше посветен на обсъждането на проекта PINOLO, творческия сектор, въздействието на настоящата ситуация върху сектора, цифровизацията и всички други тенденции, които неизбежно оказват влияние върху артистичния сектор и неговата публика, възможностите за стартиране и развитие на предприемачески проекти, по-специално - социалното предприемачество.

Повечето от участниците притежават значителен опит в предоставянето на обучения, включително обучения по предприемачество, работа с различни целеви групи и др. По време на дискусиите те споделиха и своите очаквания като бенефициенти на резултатите от работата на творците.

Дискусията започна от фотографията като една от най-популярните сред всички групи в обществото изкуства. В днешно време всеки прави снимки и всеки ги публикува. Но това прави ли го/я фотограф? Може ли всяка снимка да се счита за обект на изкуството? Как професионалистите могат да защитят, популяризират и продават своето изкуство? Дали комерсиализацията не намалява стойността на изкуството поради желанието да се отговори на очакванията на възможните клиенти, отколкото да се спазят стандартите за качество, наложени от таланта, вдъхновението, историята и развитието на изкуството и т.н.?

Без значение от конкретната сфера на изкуството и степента на неговата комерсиализация, основните нужди от умения и съответното им осигуряване на обучение обхващат следните области:

- предприемачески умения, включително познаване на пазара, проучване на търсенето, настоящите възможности, нишите, финансови умения, набиране на средства и др.

- управленски умения - управление на инициатива, структура, екип и т.н.
- взаимодействие - с клиенти, участници в инициативи, органи, колеги, служители, съюзници и др.

Участниците подчертаха необходимостта да се подходи към въпросите на творческото предприемачество с чувствителност към сектора и в същото време като към концепция за предприемачество - с всички необходими за това умения, планиране и нормативна уредба.

Взаимодействие с участниците в групата - обобщение на разговорите по следните въпроси (не всички въпроси са обхванати във всички разговори, някои от членовете на групата са творци, но отговаряха от позицията на обучаващи)

Въпрос: Във вашата творческа работа – подготвени ли сте да правите грешки?

Всяка човешка дейност трябва да предоставя пространство или поне да предвижда допускането на грешки. Основният проблем е, че творците, както и повечето хора, се страхуват и поради това не са готови да грешат и най-вече да се учат от грешките. Това се е превърнало в клише, но всъщност разкрива изключителна мъдрост - най-важните уроци научаваме от загубите, а не от победите си.

Правенето на грешки може да бъде последвано от правене на изводи и смислено учене, ако хората работят върху самочувствието си, устойчивостта си, готовността си да учат и да се усъвършенстват.

Въпрос: Кои според вас са основните пречки вашият бизнес да бъде по-успешен?

Разбираемо е, че настоящата глобална ситуация повлия на тогавашния творчески сектор в изключително висока и интензивна степен. Това повлия и на получените отговори. Други важни бариери и фактори, които професионалистите споделиха, са: липса на бизнес умения, липса на финансиране, липса на традиции, липса на развит пазар на национално ниво и труден и слабо възможен достъп до световния пазар.

Въпрос: Знаете ли какво е социално предприятие и какво това би значило за вашия творчески бизнес?

Повечето от специалистите споделиха, че изпитват известни затруднения при разграничаването на социалното предприемачество, корпоративната социална отговорност, дарителството, спонсорството и др. Все още съчетанието между социално и предприемачество има малко негативна конотация и е свързано

по-скоро с намиране на публично или донорско финансиране за решаване на определен социален проблем, отколкото с бизнес, който има социална кауза като първоначална и допълнителна цел на правенето на бизнес.

Въпрос: Бихте ли посещавали бизнес обучения или групи за подкрепа?

Те са готови да посещават обучения, но очакват те да бъдат насочени конкретно към творческия сектор.

Въпрос: Търсите ли нововъведения, т.е. намирате ли нови начини за правене на нещата, промени/усъвършенстване на процесите, за да задоволите нуждите и желанията на клиентите си (както продукти, така и услуги)?

Двама от участниците бяха наистина въодушевени да разговарят по този въпрос и смятат, че в днешно време иновациите са както възможност, така и задължително условие. Повечето от тях обаче бяха по-неохотни да обсъждат тази тема, например поради мнението, че твърде многото иновации превръщат изкуството в част от мейнстрийма и по този начин намаляват истинските му стойности.

Въпрос: Как предпочитате да работите? Екстровеърт ли сте – откривате ли най-добрите си идеи при обсъждане в група? Или сте интроверт – нуждаете се от време и пространство само за вас, за да творите?

Професионалистите свързват отговора на този въпрос главно с личните характеристики на всяко човешко същество. Основните акценти могат да бъдат представени по следния начин - всеки човек, когото среща, всяка книга, която чете, всяка стъпка, която прави, може да бъде начин за генериране на идеи. Независимо от това, създаването на идеи първоначално се заражда на доста самотно място и в самотен процес.

Въпрос: Как бихте могли да разгърнете потенциала си на цифровия пазар? И каква подкрепа ще ви е необходима, за да се изявявате като творец в дигиталната сфера - маркетинг и промоции?

Тези въпроси бяха определени като най-трудните и в същото време най-важните от гледна точка на нуждите от обучение.

5. Заключение

Проектът PINOLO е насочен към целева група, която е значително засегната от кризата с Ковид-19, и поради това привлича значително внимание дори преди да е разработен и достъпен за използване който и да е от предвидените интелектуални резултати.

Като част от работата с участващите професионалисти, може да се очертае един много важен аспект - според проведените проучвания и взаимодействия екипът на PINOLO ще трябва да осигури баланс между две основни измерения на предвиденото ръководство за обучение на PINOLO. От една страна, ръководството трябва да отговаря на специфичните нужди на конкретна целева група и творчеството трябва да бъде широко застъпено в учебните материали, които екипът ще разработи. От друга страна, когато говорим за социално предприемачество и въз основа на мненията, споделени от българските професионалисти от целевата група, много важен акцент е, че предприемачеството във всяка своя форма изисква предприемачески компетенции като планиране, управление на риска, финансови компетенции, разработване и изпълнение на бизнес план, набиране на средства и работа с финансиращи организации и др. Постигането на този баланс и интегрирането на тези две сравнително доста различни области ще гарантира успеха и устойчивостта на усилията, продуктите и резултатите от проекта.

Списък на използвани източници на информация

1. Европейска комисия (2019) *Social enterprises and their ecosystems in Europe. Updated country report: Bulgaria*. Автор: Мария Желязкова. Люксембург: Служба за публикации на Европейския съюз. Достъпно на <https://europa.eu/!Qq64ny>
2. Национална концепция за социална икономика и план за действие: <https://www.strategy.bg/StrategicDocuments/View.aspx?lang=bg-BG&Id=889>

ТЕМИ

Изследването показва, че темите, които се очертаха в международните фокус групи, често се припокриват една с друга, като имат много общи елементи, особено по отношение на въпросите за самоувереността и саморекламата.

Следващите пет рубрики обхващат темите, които се отнасят до най-често повдиганите въпроси. Те са разработени с цел да послужат като основа за изготвянето на IO2 обучителна програма, която се състои от 8 модула, всеки от които включва елемент от обучителната програма, илюстриращ усвоените знания, умения и разбиране, теоретична рамка и "инструментариум" от дейности.

1. ТВОРЕЦЪТ – Кой съм аз?

Тази тема се фокусира върху самоанализа, осъзнаването и разбирането на начина, по който подходите към работата си.

Преглед на дейността ви - Много творци имат уникалната способност да подходат към проблеми и социални въпроси от нова гледна точка, тъй като виждат света по различен начин. PINOLO ще ви насърчи и ще ви помогне да усъвършенствате тези умения, за да ви даде възможност да развиете

способността си да изкарвате прехраната си като същевременно допринасяте за подобряването на света чрез творческите си умения. Творците ще отидат на места, от които другите се страхуват, и могат да постигнат промяна чрез оспорване на статуквото - именно тук се крият възможностите - когато творецът се превърне в социален предприемач! Както можете да си представите, условията за тази работа са много различни в зависимост от европейската държава, в която се намира творецът. Докладите за актуалното състояние ще ви помогнат да приложите уменията и техниките, които сте усвоили в страната, в която работите.

Използване на уменията ви по-добре – постигане на многообразие

Традиционно един творец създава/изработва произведения и продава своя продукт. Като събирате такса или си осигурявате комисиона за финансиране на проект, който включва хора и общности в процеса на създаване/изработване, имате възможност да добавите социална/общностна стойност към работата си като творец и да позволите на другите да бъдат съсобственици. Това е известно като *съвместно разработване/проектиране или съвместно създаване*.

Ключов елемент на успешните творчески проекти на общността е **съучастието**, което дава възможност на хората да развиват умения и увереност, да се развиват и постигат, да се събират и свързват.

Пример: човек, който се възстановява от пристрастяване, допринася за написването и записването на песен чрез семинар за писане на песни - тази новопридобита увереност го насърчава да се запише в колеж, което му помага да се доближи до работа и да се отдалечи от деструктивните модели на живот.

Да има смисъл - работата, която създавате, винаги трябва да има смисъл, тема - това може да ви помогне да идентифицирате подходящо финансиране, когато работата ви може да доведе до конкретни резултати за финансиращите/възложителите, които се ръководят предимно от целта.

Пример: работа с група наематели на жилища, ползващи се с подкрепа, за създаване на мозайка, която показва как лихварите се възползват от уязвимите хора. Финансиране чрез програма, която взема законно конфискуваните доходи на лихварите и ги преразпределя към общностите, които те засягат, като не само подчертава проблема, но и насърчава сплотеността на общността. Жилищните асоциации и организациите от доброволческия сектор на местната власт често са избирани да разпределят средствата по този начин.



Адаптиране на вашия подход - Споделяне на вашите умения Това, което знаете и това, което сте научили е ценно! Споделянето на тези умения с други творци може да бъде добър източник на доходи и въпреки че понякога преподаването може да изглежда обезсърчително, то е чудесна възможност да научите повече за това, което правите, и как го правите. Да размишлявате върху начина, по който работите/създавате като творец, е много добра работа и ще доведе до по-добро самоосъзнаване на нещата, които може би правите инстинктивно. Като разбирате границите на това, което можете да постигнете, по отношение на времето и ресурсите, и като се уверявате, че не обещавате прекалено много за това, което можете да постигнете, това също така подчертава областите, в които можете да се подобрите/развиете и да научите като творчески предприемач.



ПРИМЕР НА СЛУЧАЙ: 6 x 6 - сценарист и режисьор организира и провежда майсторски клас по писане на сценарии за група неопитни начинаещи писатели, които трябва да създадат кратка пиеса на тема здраве и щастие. Споделяйки творческите си умения и опит, тя успява да осигури

финансиране от местна организация за обществено здраве за насърчаване на благосъстоянието на физическото и психическото здраве както на



участниците, така и на зрителите. Проектът включваше ежеседмични семинари и завърши с представяне на всички пиеси пред пълна зала в обществен център.

Линкове към:

Обучителен модул 5 – Да станеш лидер:

Вземане на решения

Теории и стилове на лидерството

Обучителен модул 6 – Благополучие на работното място

Грижа за себе си

Управление на стреса

Обучителен модул 8 – Самопознание

Професионални цели

Самоосъзнаване

Полезни линкове за повече ресурси има [ТУК](#)

Тази тема разглежда как съвместната работа може да бъде полезна и да разшири както уменията, така и възможностите ви.

Групиране/създаване на клъстери

Работата в творческите индустрии на свободна практика или като самостоятелно заето лице може да бъде самотна и изолирана, така че сътрудничеството с други хора предлага на индивида възможности за свързване и споделяне на идеи. Това обединяване или "групиране" може да подпомогне и изпълнението на много по-амбициозни, по-мощни проекти в колектив.

Създаване на разнообразен набор/банка от умения

Сътрудничеството ви дава възможност винаги да казвате "да", а знанието, че в екипа има широк спектър от умения, е огромно предимство, когато се опитвате да си осигурите поръчки/финансиране. Наличието на умения за постигане на резултати винаги е от решаващо значение, така че разширяването на творческите умения, с които разполагате, ще ви помогне да се превърнете в сила, с която трябва да се съобразявате! Това също така дава възможност на вас и на другите да се учите, като подпомагате други творци да изпълняват проекти - учене чрез действа.

Общностно/Споделено пространство - Партньорска подкрепа

Споделянето на разходите за студио и/или офис пространство винаги е добър начин да започнете, ако финансите са проблем, което често се случва. Сподейки тези разходи, можете да инвестирате в други области на бизнеса си, като например маркетинг. Управлението на взаимоотношенията е от ключово значение за успешното сътрудничество, като за целта трябва да комуникирате редовно и ефективно в рамките на групата. Определете някои съвместно разработени основни правила, като например:

- Никой не трябва да оказва негативно влияние върху останалите;*
- Уменията не трябва да се дублират в рамките на групата, тъй като се създава вътрешна конкуренция;*
- Уверете се, че проектът е готин!*

Споделяне на знания

Продажбата на вашите знания е много рентабилен начин за получаване на допълнителен доход, тъй като разходите са минимални, но трябва да знаете за какво говорите! Трябва да разбирате напълно въздействието на работата, която извършвате, да умеете да ангажирате хората и да проявявате творчество – не не бързайте с PowerPoint!

Линкове към:

**Обучителен модул 2 – Съвместна
работа:
Умения за работа в екип
Определяне на граници**

ПРОУЧВАНЕ НА СЛУЧАЙ: Музикален фестивал в Бутъл – [линк към кратко видео](#)

Музикалният фестивал в Бутъл е чудесен пример за това как много различни артисти/творци могат да си сътрудничат, за да осъществят успешно събитие с търговска цел. Музиканти, озвучители, визуални артисти, танцьори - всички те се обединиха, за да осъществят събитие, което празнува творчеството и насърчава сплотеността на общността, давайки на творците достъп до повече възможности за финансиране на цели, свързани със здравето и благосъстоянието.



3. КРЕАТИВНОСТ В РАЗЛИЧНИ ОБЛАСТИ – Къде мога да допринеса най-много?

Тази тема разглежда стойността на вашата креативност и как тя може да се използва в различни области.

Как креативността се използва в други сектори, е мястото, където вашите предприемачески умения ще бъдат подложени на изпитание - ако го направите правилно, ще успеете. Трябва да се замислите какво се опитват да постигнат различни групи, организации и правителствени служби и след това да постигнете тази цел чрез творчески проекти.

Творчеството може да бъде средство за постигане на резултати в много сектори, като например....

- Здравеопазване и социални грижи
- Развитие на общността
- Безопасност на общността
- Корпоративна социална отговорност
- Управление на жилищни имоти
- Частни поръчки
- Туризм
- Инвестиционни проекти

Пренасяне на собствените ви творчески умения в друг сектор

- идентифициране на областите, които биха били потенциални цели за твореца - вижте някои примери в таблицата по-долу;
- определяне на начини за придобиване на известност или провеждане на изследвания в определените области.

Сектор/интервенция	Въпроси/Целева група	Резултат
--------------------	----------------------	----------

<p>Сдружения за управление на жилищни имоти Създаване на стенопис в неприветлив подлез от визуален артист</p>	<p>Противообществено поведение в жилищните комплекси/ Млади хора</p>	<p>Младите хора участват в положителни творчески проекти. Проучване на случай – Oriel Rd Underpass</p>
<p>Социални грижи Музиканти, ангажирани за изпълнение на стари популярни песни</p>	<p>Социална изолация / Възрастни хора, живеещи сами</p>	<p>Възрастни хора, участващи в творчески групови дейности, с подобрена координация/памет и чувство за свързаност</p>
<p>Местна власт Младите хора създават свой собствен музикален фестивал с подкрепата на професионалисти в областта на осветлението и сцената</p>	<p>Висока безработица сред младите хора / Млади безработни.</p>	<p>Младите хора с подобрени умения за намиране на работа, които са в по-добра позиция да се възползват от предоставените им възможности за заетост.</p>
<p>Училища Кинаджии работят с деца в училищна възраст и учители, за да осъществят проект, който подкрепя целите на учебната програма</p>	<p>Ниско ниво на образование Социална изолация / Деца със СОП Самотни възрастни хора</p>	<p>Повишаване на постиженията на децата със СОП, учители, които са по-добре обучени с нови творчески методи на преподаване. Сплотеност между поколенията - сближаване на хората. Проучване на случай – Home from Home</p>

<p>Туризм</p> <p>Визуални творци, на които е възложено да създадат алея със скулптури</p>	<p>Нисък брой посетители в даден град - липса на възможности за възлагане на поръчки на местни творци /</p> <p>Местни творци и общността като цяло</p>	<p>Повишена посещаемост, повече приходи за местния бизнес, по-голямо чувство на гражданска гордост в общността</p>
<p>Корпоративна социална отговорност</p> <p>Строителна компания подкрепя местна компания за творческо обучение, за да развие умения за наемане на работа</p>	<p>Няма подкрепа за развитие на инвестиционни проекти от местните хора и нужда от наемане на местна работна сила / Млади безработни</p>	<p>Местни хора, заети в строителството на нови къщи и инфраструктурни съоръжения - подкрепа за местната икономика.</p>
<p>Психично здраве</p> <p>Група, която допринася за създаването на публично произведение на изкуството, посветено на проблемите, свързани с психичните заболявания</p>	<p>Лошо качество на живот / Лица с проблеми с психичното здраве</p>	<p>По-добра ангажираност на хората в обществото, работа за възстановяване и чувство за принадлежност.</p>
<p>Корпоративен тиймбилдинг/ Благосъстояние Екипи от ръководители на високо ниво посещават курсове по керамика за намаляване на стреса</p>	<p>Слабо мотивирана работна сила, изпитваща високи нива на стрес. Липса на екипен дух /</p> <p>Наетите лица.</p>	<p>Терапевтичните дейности водят до подобряване на психичното здраве и дават възможност на екипите да се сплотят и да работят заедно по-продуктивно</p>

<p>Пристрастяване към наркотици</p> <p>Хора, които се възстановяват, посещават семинари за творческо писане, за да изследват поведението и действията си, които влияят негативно на другите.</p>	<p>Деструктивни модели и застрашаващи живота навици, лошо здраве и ниско самочувствие / Зависими, които се възстановяват, и техните семейства</p>	<p>Отклоняващи дейности - водят до яснота на мисълта и размисъл и до промени в поведението. Семейството се чувства по-осъзнато и подкрепено</p>
---	---	---

Линкове към:

Обучителен модул 1 – бизнес планиране:

Определяне на заинтересованите страни

Обучителен модул 7 – Мечтай-планирай-действай!:

Умения за критично мислене

Полезни линкове към информация/дейности има

[ТУК](#)

4. РАЗРАБОТВАЙТЕ БИЗНЕСА – не работата ЗА него!

*Тази тема акцентира върху практическите
аспекти на създаването и управлението на
творческия ви бизнес*

Как да създам социално предприятие?

Бизнес модел

Важно е да положите солидни основи, преди да създадете социално предприятие. Използвайте [Business Canvas template](#), за да създадете свой собствен бизнес модел - бизнес моделът е просто начинът, по който възнамерявате да печелите пари от своето предприятие!

Помислете за бизнес идеята си - каква е визията ви? Каква е идеята на вашата работа? Какво е важно за вас?

Може да имате няколко идеи - коя от тях би ви донесла печалба? Бъдете фокусирани.

Напишете декларация за мисия, която определя основните ви ценности и къде виждате бизнеса си, за да осъществите визията си. Бизнес със силни ценности ще привлече съмишленици и ще ви помогне да се отличите от другите.

Изберете подходящо име за бизнеса си - нещо, което представя кои сте и защо правите това, което правите - то може да бъде прозаично или поетично, директно или изтънчено!

Управление

Избор на правна структура – уверете се, че вашата структура е приемлива за финансиращите организации и финансовите спонсори – осигурете си организационна сила. В Обединеното кралство, ако искате да създадете предприятие, което има социални, благотворителни или общностни цели, можете да създадете:

[дружество с ограничена отговорност](#)

[благотворителна организация](#)

[кооператив](#)

[дружество в интерес на общността](#), [едноличен търговец](#) или [бизнес партньорство](#)

Всички тези стопански субекти имат предимства и недостатъци по отношение на това колко лесно и рентабилно е да се създадат и управляват. Докладите за състоянието разкриха многото различни структури на управление в Европа, така че е важно да се запознаете с възможностите на вашата страна и да прецените коя е най-добрата форма за вашите бизнес нужди. Важно е да установите изискванията на потенциалния си финансиращ орган по отношение на това кои организационни структури признава и може да подкрепи. Уверете се, че вашата структура е подходяща за целта!

Бизнес планиране

Може да е трудно да се ориентирате откъде да започнете с "разгръщането" на бизнес плана, но той е от съществено значение, за да ви помогне да структурирате подхода си към осъществяването на бизнеса и да разберете нещата, които са ви необходими, за да го направите успешен. Някои важни неща, които трябва да вземете предвид на етапа на планиране:

- *"Най-ниско намиращия се плод"* – в първите месеци/години е важно да поддържате бизнеса си, тоест да печелите пари, за да продължите да се посвещавате на работата си, но как да го направим? Започнете с по-лесните за достъп възможности, поставете си достижими цели и работете в рамките на зоната си на комфорт и областта на компетенция, като работите с хора, които познавате и на които можете да разчитате – създайте си резерви. След това можете да разработите повече продукти и услуги, знаейки, че имате финансова възглавница, за да поемете няколко риска и скока в неизвестното!
- *Поставяне на цена на вашите продукти и услуги* – ще трябва да изчислите „фабричната“ цена, тоест каква е общата цена на продукта или услугата ви - материали, труд (ваш!) и разходи. За да реализирате печалба, трябва да определите цените си на устойчиво ниво, което отразява вашите разходи, както и текущия пазар и това, което потенциалните ви клиенти са готови да платят.
- *Брандиране* - *"Вашият бранд е обещание към клиентите ви... обещание за качество, последователност, компетентност и надеждност."* - *Джейсън Хартман*

Вашият бранд предава на клиентите ви посланието за това, което представлявате като бизнес. Тя е много повече от дизайна на вашето лого! Познавайте клиентите си! Помислете за това кои сте, в какво вярвате и с какво се отличавате от другите творци. Концентрирайте историята си до 4-5 водещи/ключови думи, които ще насочат маркетинговите ви цели и ще послужат за основа на стратегията ви за проектиране. Силната марка е тази, която се свързва с хората и създава спомени. Раздел 5 разглежда по-подробно промотирането и маркетинга и как да продадете себе си.

- *Уебсайт* – можете сами да създадете безплатен уебсайт, да наемете някой да го направи или да започнете със страница в социалните мрежи. Помислете за начина, по който разказвате - това е прозорец към вашия бизнес, а хората правят бизнес с хора, така че нека вашата страст и цел проличат! Сайтът трябва да е удобен за ползване и да дава ясно обяснение защо правите това, което правите, за да ангажирате аудиторията си, и използвайте висококачествени изображения.
- *Проучване* – отделете време за проучване - опознайте клиентите си, пазарния си потенциал и конкурентите си. Разгледайте тенденциите в отрасъла, правителствените инициативи, социално-икономическите фактори, технологичното развитие - всички те ще окажат влияние върху вашата бизнес практика и резултати.
- *Мобилизиране на общността и получаване на подкрепа* – от ключово значение за дългосрочното развитие и е особено важно, когато се работи в общности в неравностойно положение. Включете се в дейности и събития на общността и насърчавайте участието на общностите. Отделете част от времето си - това ще подпомогне кандидатурите ви за финансиране, като покаже, че имате опит в работата в общностите и в съвместното изпълнение на проекти.

Възможности за финансиране

Тук наистина трябва да проявите творчество и да не търсите финансиране само за проекти в областта на изкуствата, а да разширите обхвата си. Разсъждавайки върху различните области в раздел 3 на настоящото ръководство, където са дадени много примери - трябва да разглеждате уменията си в областта на изкуството като средство за постигане на

резултата, който клиентът иска да постигне, а не самото изкуство като основен резултат или мотивация на финансирането. Наличните средства могат да бъдат намерени онлайн на специални портали за финансиране и чрез местните власти. Винаги четете внимателно критериите на финансиращите организации и тяхната основна цел за финансиране.

Писането на молби за финансиране може да бъде обезсърчително в началото, но можете да поддържате база от текстове, които описват вашия бизнес, вашите цели и данните на фирмата, за да спестите време и енергия. Повечето местни власти предоставят подкрепа на организациите на общността за изготвяне на заявления за финансиране, а в интернет вече има много информация. Именно тук сътрудничеството е толкова ценно - говорете с други творци, получавайте съвети, работете заедно!

Направете идеята си привлекателна (предложения и кандидатури) - разберете аудиторията си и какво се опитва да постигне, след което създайте проект, който да постигне резултата, използвайки нейния език.

Например, ако жилищна асоциация се опитва да привлече своите наематели, за да получи представа за техните нужди и възгледи относно качеството на услугите, които асоциацията предоставя, тогава вашият проект се превръща в проект за ангажиране на наемателите, в резултат на който се създава филм/драматично представление или художествена инсталация, които отразяват възгледите/обратната връзка на наемателите.

Подкрепа за бизнеса

Често има възможности за достъп до безплатна бизнес подкрепа и съвети за стартиране на бизнеса ви и насоки за растеж. Тези сесии са безценен източник на информация и често са добри възможности за създаване на мрежи от контакти с други нови социални предприятия. Онлайн проучването ще ви покаже какво е налично във вашия район.



Снимка 1 Сесия по подкрепа за бизнеса – съвети

Линкове към: Обучителен модул 1 – Как да стана предприемач:

Бизнес планиране – Създаване на бизнес план

Определяне на заинтересованите страни

Полезни линкове за бизнес планиране [ТУК](#)

5. Направете така, че хората да научат какво правите! - Как ще достигна до хората и ще ги информирам за това, което правя?

Всеки участник, участвал в етапа на местните групи участници на проекта, изрази желание да разбере повече за това как да използва

цифровите медии за популяризиране на творческия си бизнес.

Самореклама – важно е да сте уверени в себе си, да се продавате и да бъдете себе си! Разказването на вашата история е от съществено значение за ангажирането на вашата аудитория и трябва да бъдете честни и истински, за да развиете доверие - вашата история може да бъде и ефективен начин за популяризиране на вашите социални ценности. Позволете на пазара да ви опознае - споделете творческите си процеси с помощта на висококачествени изображения, така че историята ви да подейства на аудиторията.

Маркетинг, връзки с обществеността и рекламиране са различни рекламни форми:

Маркетинг на съдържанието означава да създавате и споделяте¹
безплатно, полезно съдържание за целевата си аудитория с цел да я превърнете в клиент. Това се отнася до това какво искат и от какво се нуждаят хората, до изграждането на взаимоотношения с тях, до свързването и общуването. **Социалните медии** ви дават достъп до много по-широка аудитория от потенциални клиенти. Съсредоточете се върху създаването на качествено съдържание, което може да се използва по различни начини в различните платформи.



В диаграмата триъгълник на съдържанието основата представлява основната платформа, която трябва да бъде вашият уебсайт или блог. Той се нуждае от солидно съдържание с най-високо качество, тъй като ще остане най-дълго време тук и трафикът от всички други платформи на социалните медии ще бъде насочен към него. Следващото ниво се състои от платформи като Twitter, Facebook и YouTube. Съдържанието, публикувано тук, се индексира в търсачките и е видимо по-дълго от някои чисто визуални социални медии - то също така дава възможност за взаимодействие с последователите и за задаване на въпроси от тяхна страна. Горната част на триъгълника е запазена за чисто визуални социални медии като Instagram и Pinterest, които се движат бързо и не изискват текст, освен кратки описания или хаштагове.

Пример –

Основна платформа –

Подробна фото/видео история на творческия ви процес „зад кулисите“, която дава на потенциалния клиент реална представа за това как работите, защо обичате това, което правите, и за страстта, която влагате в творенията си.

Следващо ниво –

По-кратка версия на фотоисторията в YouTube с помощта на кратък видеоклип, който разкрива подробностите.

Най-високо ниво –

Добавяне на изображения и/или 10-секунден видеоклип в Instagram и препратка към основната ви платформа.

Работа със социалните медии - Следете потенциалните клиенти в различни платформи на социалните медии, вижте хората, които следват конкуренцията ви, и добавяйте някои от тях ежедневно. Задавайте въпроси на последователите си, оценявайте публикациите им в социалните мрежи, харесвайте туитовете им, харесвайте снимките им в Instagram, оставяйте коментари в блоговете. Използвайте същата тактика за влиятелни лица в социалните медии, т.е. блогъри, редактори във вашия бранш. За да изградите взаимоотношения, действайте като човек, а не като компания!

Изграждане на мрежа от професионални контакти - пазарите/ фестивалите/ събитията са добър начин за установяване на контакти с потенциални клиенти.

Местна/национална преса

Връзки с обществеността - връзките с обществеността са средство за повишаване на осведомеността за вашите продукти и услуги. Това отнема време, но е безплатен начин за реклама и трябва да се разглежда по-скоро като дългосрочна стратегия за изграждане на доверие. Добър инструмент за връзки с обществеността е създаването на блог на вашия уебсайт/социална медия. Blogger.com предлага безплатни шаблони и възможности за избор на дизайн, които да ви помогнат да започнете. Редовното водене на блогове означава, че се класирате по-високо в търсачките, а като обмисляте какво търси целевият ви пазар и използвате подходящи ключови думи, можете да обвържете своя продукт/услуга, свързвайки творенията си с актуалните тенденции. Както в примера, блоговете са добро място за споделяне на творческия ви процес - дайте поглед на работата си „зад кулисите“. Използването на много висококачествени изображения провокира добра заинтересованост - хората реагират по-добре на всяка комуникация, която включва визуален елемент. И винаги отговаряйте на коментари, включвайте се и благодарете - коментиращите са потенциални клиенти!

Рекламата е свързана със заплащане за заемане на пространство – има финансови разходи, но можете да бъдете по-конкретни в насочването на аудиторията си бързо, като използвате подходящи публикации и платформи с предварително създадена база от потенциални клиенти.

Разработване на наратива/разказа ви - мислете за влиянието върху целевия си пазар, когато създавате маркетингови послания - кои са хората, които те следват, гледат/слушат и т.н.? Създайте 30-секундно представяне с ключовото си послание.

Наративът/разказът ви трябва да бъде увлекателен и да привлича вниманието бързо. Използвайте един ред, за да обясните защо и с какво се занимавате. Обяснете свето изключително предложение за продажба - защо вашият продукт/услуга? Задайте въпрос на целевия си пазар, за да насърчите активното поведение. Комуникацията ви с клиентите трябва да бъде дружелюбна и достъпна и никога не забравяйте да благодарите на хората. От вашите взаимодействия с целевата ви група можете да създадете медийни списъци, които също да наблюдавате и насочвате. Можете да разработите комплект за пресата, който е полезен инструмент и може да включва информационен лист от една страница, кратка биография, последни новини за продукти и услуги и цялата обща информация, включително цени и информация за контакт.

Инструменти за социални медии - една от многото възможности на Google за търсене на ключови думи, които целевата ви аудитория може да използва, е **Google insights**, където можете да търсите ключови думи безплатно и да видите какъв е интересът към определена дума или фраза. Това ви дава представа за ключови думи, които можете да използвате по-късно в други форми на социални медии, за да предизвикате интерес от страна на правилните хора

Google AdWords също така проследява думите, които са на първо място в търсенията на целевия пазар, а **Google Analytics** предоставя добра маркетингова информация, за да можете да свържете продуктите и услугите си с интересуващите ви теми. Трябва да наблюдавате и оценявате цялата



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



си маркетингова дейност, като проверявате броя на отговорите и
проверявате анализите в социалните медии.

