

---

# Економски аспекти на социјалните бизниси

---



ФЕВРУАРИ, 2021

---

Young Economic Minds

Напишано од: Ристе Костовски

Бранкица Миладинова



---

# Модели на социјалните бизниси

## Начини на постигнување финансиска одржливост кај социјални бизниси

Социјалниот бизнис е релативно млад поим. Сеуште се нема креирано некоја универзална дефиниција, особено поради широкиот спектар на активност кои ги опфаќа. Клучни карактеристики по кои може да се идентификува се:

- Мисијата на организацијата е насочена кон креирање социјална вредност
- Профитот кој се генерира е реинвестиран во развој на базниот
- Најчесто опфаќа загрозени и дискриминирани категории на луѓе или решава некои социјални и еколошки проблеми

Именувањето на социјалните бизниси не е секогаш најсоодветно. Често се поистоветуваат со непрофитните бизниси, меѓутоа тоа не е точно. Социјалниот бизнис најточно наречен би бил „бизнис за акција

***“ Секој дониран долар се искористува, секој долар вложен во социјален бизнис се инвестира одново и одново”***

Мухамед Јунус

Моделот на социјалните бизниси се разликува од традиционалните профитни бизниси, но и од традиционалните непрофитни претпријатија. За да може да се воочи разликата, во следниот дел ќе извршиме преглед врз хибридниот спектар на организации.

## Хибриден спектар на организации

Спектарот на организации има два крајни екстреми:

1. *Традиционално непрофитно претпријатија* имаат за цел да остварат социјален импакт, односно да креираат социјална вредност. Нивните активности се целосно насочени кон нивната мисија, а финансиски средства генерираат преку донации и грантови. Приходите од истите не се користат како бенефити на акционерите, а донациите имаат цел да поддржат одреден проект (нешто тука во стил дека е еднократна активност)

2. *Традиционално профитните претпријатија* имаат цел да го максимизираат профитот, со тоа и да го застапат личниот интерес на самите сопственици. Тие се ориентирани кон креирање на економска вредност. Средствата се генерираат преку пазарен капитал, профитот е дистрибуиран на акционерите и сопствениците.

Помеѓу овие два екстрема се наоѓа хибридниот спектар на организации кој е ориентиран кон остварување и на економска, но и на социјална вредност. Тука спаѓаат компаниите со корпоративна општествена одговорност, општествено одговорен бизнис, непрофитно претпријатие со активности кои генерираат приход и секако социјалните претпријатија.



---

# Операциони модели на социјален бизнис

Моделите кои социјалните бизниси ги користат можат да се поделат врз основа на многу критериуми, меѓутоа тука ќе се фокусираме на основните модели кои ги користат во нивното работење и како преку овие модели постигнуваат одржливост на бизнисот. Операционите модели се креирани во согласност со финансиските и социјалните цели, мисија, пазарен удел, барања на потрошувачите и законската регулатива. Има девет операциони модели и истите ќе бидат на кратко образложени во наредниот дел.

Меѓутоа, поради тоа што социјалното претприемништво е област која што сеуште не е целосно истражена и дефинирана и самите модели се претежно нови и иновативни. Нивната улога е да им служат на организациите како водич, а не како формула за успех.

## 1. Модел за поддршка на претприемачи

Во модел за поддршка на претприемачи, социјалното претпријатие продава услуги, директно на претприемачите во целната популација. Поддршката доаѓа во форма на обука, консултантски услуги, микрофинансирање или техничка поддршка.

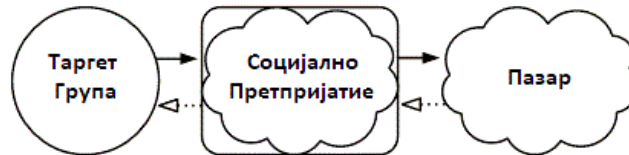
Социјалното претпријатие генерира средства преку продажба на услугите, а ги користи за да ги покрие трошоците поврзани со услугите и оперативните трошоци.



## 2. Модел на посредник на пазарот

Модел на посредник на пазарот им помага на клиентите преку маркетинг и продажба на нивните производи/услуги. Социјалното претпријатие откупува производи од клиентот (дел или целосно) и потоа ги продава на пазарот со високи маржи (повисока цена).

Моделот обезбедува финансиска самоодржливост преку продажба на производите на клиентот, односно приходот на социјалното претпријатие претставува разликата помеѓу куповната и продажната цена.



### 3. Модел за вработување

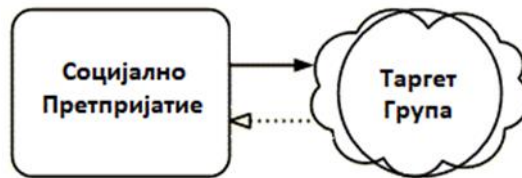
Модел за вработување, со кој социјалното претпријатие им обезбедува на своите клиенти (лица со високи бариери за вработување- лица со посебни потреби, бездомници и бивш осуденици) можности за вработување и обуки. Има цел да креира можност за вработување за клиентите, а им обезбедува обуки во областа на меки вештини, физичка терапија, психолошки консултации или привремени живеалишта, со цел да се креира позитивна работна средина за клиентите.

Слабост на овој модел се трошоците за започнување на бизнисот кои се релативно високи, што спречува многу од претприемачите да го преземат овој бизнис модел. Овие претпријатија треба да се натпреваруваат на пазарот на труд, а притоа имаат поголеми ризици и трошоци.



### 4. Модел на плаќање надоместок за услуга

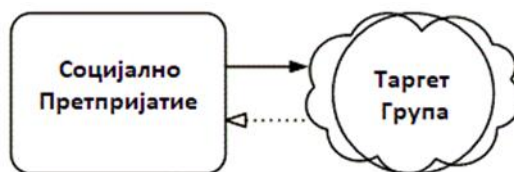
Модел на плаќање надоместок за услуга претставува социјално претпријатие кое ги комерцијализира своите социјални услуги и потоа ги продава директно или на таргет групата. Социјалното претпријатие креира финансиска самоодржливост низ надоместокот кој што го наплаќа за услугата. Приходот се користи како механизам за покривање на трошоците за испорака на услугата и бизнис трошоците ( маркетинг, сметководство и слично).



## 5. Модел на клиенти со ниски приходи

Модел на клиенти со ниски приходи е сличен со моделот за плаќање на надоместок за услугата, но се фокусира на клиенти со низок приход. Примери на производи и услуги кои може да вклучуваат: здравствена заштита (вакцинации, лекови на рецепт), производи за здравје и хигиена (сапун, очила, слушни помагала, протези), комунални услуги (електрична енергија, вода) итн. кои се покриени од организацијата.

Приход се генерира преку продажба на производи и се користи за да се покријат операционите трошоци, маркетинг и дистрибуција. Меѓутоа, поради ниските приходи, таргет групата во овој модел може да биде ризична за постигнување на финансиска одржливост. Социјалното претпријатие зависи од развивање на креативни системи за дистрибуција, намалување на трошоците за производство и маркетинг и максимизирање на операционата ефикасност.



## 6. Кооперативен модел

Кооперативен модел е заснован на група од членови кои споделуваат заедничка потреба или цел, а функционира преку наплаќање на членарина која им обезбедува на членовите одредени услуги. Организацијата обезбедува директни придобивки за поставената таргет група (членовите во кооперацијата) како што се: информации за пазарот, техничка поддршка, моќ на колективно преговарање итн. Членството во кооперација честопати го сочинуваат мали

производители во иста група на производи или заедница со заеднички потреби. Финансиската самоодржливост ја постигнува преку продажба на производи и услуги на своите членови (клиенти), на комерцијалните пазари и преку наплаќање на членарина.

Два од најпознатите видови на кооперативниот модел се кредитни унии и деловни активности во сопственост на вработените („ко-опции“).



### 7. Модел на поврзаност на пазарот

Модел на поврзаност на пазарот се фокусира на градење врски и креирање на конекции на клиентите со нивниот таргетен пазар. Поточно, ги олеснува трговските односи помеѓу таргет групата (клиентите) со надворешниот пазар. За разлика од моделот на посредник на пазарот, моделот на поврзаност не врши маркетинг и продажба на производите/ услугите на клиентот.



### 8. Модел за субвенционирање на услуги на социјалното претпријатие

Модел за субвенционирање на услуги опфаќа претпријатија кои продаваат производи или услуги на надворешен пазар и ги користат приходите што ги создаваат за да ги финансираат своите социјални програми. Спротивно на моделот за поддршка на организацијата, ги интегрира интерните бизниси со екстерните социјални програми.



### 9. Модел за поддршка на организацијата

Моделот за поддршка на организацијата е заснован на продажба на услуги/добра за финансирање на социјалните програми, меѓутоа социјалните програми кои што ги финансираат се дел од посебен ентитет. Со други зборови организацијата финансиски ја поддржува социјалната програма. Социјалното претпријатие може да вклучи секаков вид бизнис и да ги продаде своите производи/услуги. Овој модел најдобро го спроведуваат зрели и деловни организации.

Моделот на организациска поддршка е екстерен модел: деловните активности се одвоени од социјалните програми, а нето приходите од социјалното претпријатие обезбедуваат прилив на средства за покривање на трошоците за социјални програми и оперативни трошоци на непрофитната матична организација.





---

# Макроекономски придобивки од социјалните бизниси

*а) Намалување на невработеноста*

*б) Иновативност*

- Социјалните претприемачи и социјалните бизниси го зголемуваат иновативниот капацитет на економијата. Hilde Schwab (2011) истакнува дека социјалните претприемачи и нивните иновации го промовираат инклузивниот економски раст. Согласно Borosso (2009) финансиската и економската криза го прави социјалните иновации позначајни за одржлив економски раст.

*в) Намалување на сиромаштијата*

- Социјалното претприемништво го промовира пристапот на намалување на причините за сиромаштија и јакнење на економијата. Varham (2013), социјалното претприемништво има специфичен капацитет во финансискиот екосистем.

## Мерки на економската политика за поддршка и развој на социјалните бизниси:

- Континуирана рамка за развој на социјалните бизниси;
- Креирање на дата база со информации за социјалните бизниси и организации од овој карактер;
- Јакнење на системот за поддршка на социјални претпријатија на локално ниво;
- Воспоставување систем за мерење на социјалниот импакт на овие бизнис модели.

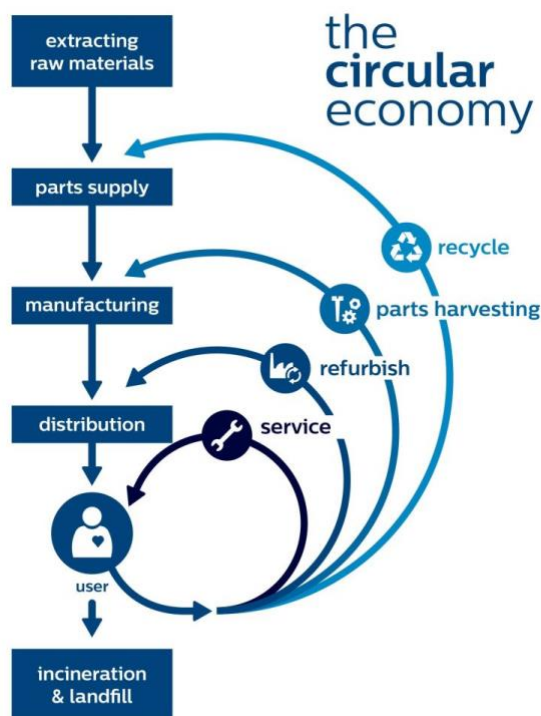
## Социјално претпријатие како дел од циркуларна економија

Циркуларната економија е алтернатива на традиционалната линеарна економија во која се користат ресурсите што е можно подолго, со цел максимално да се искористи нивната вредност, преку обновување, реупотреба, регенерирање или рециклирање на материјалите на крајот од животниот век на производите една од целите на циркуларната економија е да се

сведи трошокот на минимално ниво - вредноста на производот да се одржи колку што е можно најдолго во производствениот циклус и циклусот на консумација, а кога животниот циклус на продуктот искористените материјали се реупотребуваат и креираат додадена вредност.

Фондацијата Ellen MacArthur одвојува неколку карактеристики за овој тип на економија:

- Без отпад (производите кои се развиваат треба да бидат реупотребливи)
- Употреба на обновливи извори на енергија (системот да користи алтернативни извори за континуирано работење)
- Системски пристап (да се разбере циркуларниот аспект и како различните елементи можат заеднички да се инкорпорираат)
- Синергија (како да се извлече максималната вредноста производот)



---

## Заклучок

Иако е релативно млад поим, неспорен е замавот кој што го земаат социјалните бизниси. Познати се по нивниот социјален аспект, односно социјалната мисија која ја остваруваат, но овие бизниси се многу повеќе од тоа. Тие се совршен склоп на бизнис и филантропија, соединувајќи ги нивните предности во една целина. Социјалните бизниси се дел од бизнис сферата, но не традиционалната. Нивна цел не е да максимизираат профит, занемарувајќи ги сите останати стејкхолдери, туку нивна бизнис цел е одржување и проширување на бизнисот. Социјалните бизниси се дел и од филантропска сфера, но ја гледаат големата слика. Не претставуваат еднократно вложување, туку вложување кое ќе има долготраен, одржлив ефект во контекст на намалување на сиромаштијата, креирање на работни места, реупотреба, намалено загадување и намалена количина на отпад .

Социјалните бизниси се следниот чекор во претприемништвото и бизнисот, а се поголемиот број на успешни социјални бизниси го докажува тоа.



---

## Користена литература

European Parliamentary Research Service

Ellen Macarthur Foundation

Etchart, Nicole and Lee D., *Profits for Nonprofits*, NESST, 1999

ImpactHub, *Social Business Modeling: Getting to know social business models*, Berlin, 2014

Kazmi, Hashim, Kee, Khan (2016) „ *Social enterprenurship and its impact on economy: In perspective on Pakistan*” . International journal of accounting, finance and management science.

Nicholls, *SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: New Models of Sustainable Social Change*,Oxford University, 2006

Обука: *Циркуларна економија: политики и практики* (Circular Economy: policies and practices)

Извадок од „ *Becoming the Cause Holder,Social Entrepreneurship with Simon Sinek* “ достапно на <https://rankandfilemag.com/issue-1/simon-sinek/>