



STUDIM THEMELOR

MBI NDËRMARRJET SOCIALE
NË MAQEDONINË E VERIUT

IMPRESUM

BOTUES:

Këshilli Rinor Nacional i Maqedonisë
rr. Veljko Vlahovi nr. 7 / 1-1, 1000 Shkup
www.nms.org.mk
info@nms.org.mk

RRETH BOTUESIT:

Marija Krstevska, kryetare

AUTORË:

Marjan Icoski, Shoqata për Inovacione Sociale ARNO
Olga Rajçiq, Shoqata për Inovacione Sociale ARNO

REDAKTOR:

Irina Janevska, Shoqata për Inovacione Sociale ARNO

LEKTURË:

Valentina Joshevaska

TITULLI I ORIGJINALIT:

Основна студија за социјалните претпријатија во Северна Македонија

PËRKTHEU NGA GJUHA MAQEDONASE:

Vjosa Taipi

DIZAJN:

Ilija Stankovski

VITI I BOTIMIT:

2022

PËRMBAJTJA

STUDIM THEMELOR MBI NDËRMARRJET SOCIALE NË MAQEDONINË E VERIUT	1
HYRJE	5
RRETH STUDIMIT BAZË PËR NDËRMARRJET SOCIALE	7
METODOLOGJIA	10
RRETH NDËRMARRJEVE SOCIALE NË MAQEDONINË E VERIUT	13
KONKLUZIONE	26
REKOMANDIME	28
LITERATURA E PËRDORUR	30

PËRMBAJTJA

ANALIZË MBI NEVOJAT E NDËRMARRJEVE SOCIALE DHE IDEVE PËR NDËRMARRJE SOCIALE NË MAQEDONINË E VERIUT	32
HYRJE	33
RRETH ANALIZËS MBI NEVOJAT E NDËRMARRJEVE SOCIALE	35
METODOLOGJIA	38
ANALIZË MBI NEVOJAT E NDËRMARRJEVE SOCIALE	40
ANALIZË MBI NEVOJAT PËR IDE PËR NDËRMARRJE SOCIALE	47
KONKLUSIONE	51
REKOMANDIME	55
LITERATURA E PËRDORUR	58

Studimi themelor për ndërmarrjet sociale në Maqedoninë e Veriut (Studim) është përgatitur për nevojat e Këshillit Rinor Nacional të Maqedonisë (KRNМ) në kuadër të projektit Sipërmarrësia sociale për punësimin e të rinjve (Social Entrepreneurship for Youth Employment) financuar nga Bashkimi Evropian (BE).

Studimi bazohet në analizën e hartëzimit të ndërmarrjeve sociale në Maqedoninë e Veriut me fokus të veçantë tek të rinjtë. Studimi është prodhuar në periudhën nga maji deri në korrik 2022 dhe ofron një pasqyrë të ndërmarrjeve sociale, kryesisht të bazuara në hulumtimet parësore të ndërmarrjeve sociale. Hartëzimi është bazuar në pjesëmarrjen dhe vetë-identifikimin dhe mundësinë e rekomandimit dhe nominimit të ndërmarrjeve sociale. Procesi ishte shumë interaktiv dhe mobilizoi shumë palë të interesuara nga ekosistemi për të siguruar një qasje gjithëpërfshirëse dhe jo-përrjashtuese. Si produkt plotësues i studimit është regjistri i ndërmarrjeve sociale, i pari i këtij lloji në vendin tonë, i cili synon të sintetizojë informacionin bazë për ndërmarrjet sociale që janë në dispozicion të publikut të gjerë.

Studimi dhe regjistri janë një përpjekje për të pasqyruar situatën aktuale të ndërmarrjeve sociale dhe për të dhënë përgjigje për pyetje të rëndësishme që lidhen me strukturën, funksionimin dhe kapacitetet e tyre. Gjithashtu, ato përcaktojnë ndërmarrjet sociale rinore, shënojnë numrin e tyre, përfshirjen e të rinjve dhe ndikimin pozitiv mbi ta. Në total, studimi identifikon 57 ndërmarrje sociale, shumica prej tyre të vendosura në Shkup dhe rajonin e Shkupit, të cilat ofrojnë produkte dhe shërbime të larmishme në treg, nga të cilat më të njohurat janë prodhimi i ushqimit organik dhe produkteve organike, edukimi për fëmijë dhe të rinj, turizëm gjithëpërfshirës dhe i qëndrueshëm, shërbime sociale për kategoritë e rrezikuara të qytetarëve dhe menaxhim me mbetje. Nga të dhënat për të ardhurat e tyre financiare, vihet re se gjysma e tyre në tre vitet e fundit nuk kanë realizuar të ardhura nga aktiviteti ekonomik më të larta se 5.000 euro, gjë që flet për zhvillimin e ulët dhe ndikimin socio-ekonomik të sipërmarrjeve sociale në vendin tonë. Megjithatë, edhe pse ndikimi në ekonomi dhe përfshirja socio-ekonomike e kategorive të rrezikuara të qytetarëve është i vogël, studimi vë në dukje lëvizje pozitive në fushën e të rinjve. Nga ndërmarrjet sociale të hartëzuara, 43 punësojnë dhe angazhojnë 271 persona, nga të cilët 38.3% e numrit të përgjithshëm janë të rinj të kategorive të rrezikuara. Para së gjithash, gra të reja, pastaj të rinj nga grupet e tjera të marginalizuara dhe të rinjtë romë.

Studimi është i ndarë në katër pjesë: pjesa e parë fokusohet në procesin e prodhimit, qëllimet dhe rëndësinë e tij. Pjesa e dytë shpjegon në mënyrë të detajuar metodologjinë e përdorur dhe sfidat dhe kufizimet për shkak të mungesës së një kuadri ligjor dhe përkufizim përgjithësisht të pranuar për ndërmarrjet sociale. Në pjesën e tretë është paraqitur analiza e detajuar e hartëzimit e cila në mënyrë cilësore dhe sasimore paraqet gjendjen e ndërmarrjeve sociale në Maqedoninë e Veriut.

Në fund, studimi jep konkluzione dhe rekomandime të caktuara për të gjitha institucionet, donatorët, organizatat e shoqërisë civile, rrjetet etj., në fushën e sipërmarrjes sociale për strukturimin e ardhshëm të komponentëve të ngritjes së kapaciteteve, llojin e mbështetjes dhe nevojën për analiza shtesë në këtë temë. Hartimi i procesit që rezultoi në këto dokumente është udhëhequr kryesisht nga përvoja e angazhimit të drejtpërdrejtë dhe portofoli i organizatës që punon në këtë fushë prej vitesh.



RRETH STUDIMIT BAZË PËR NDËRMARRJET SOCIALE

Studimi synon të krijojë sinergji midis aktorëve, institucioneve dhe programeve të ndryshme, si dhe synon të japë një pasqyrë të kushteve dhe ndryshimeve dinamike të sipërmarrjes sociale. Në parim, studimi sintetizon pamjen reale të ndërmarrjeve sociale për nga karakteristikat dhe struktura e tyre dhe identifikon fushat për ngritjen e kapaciteteve të tyre dhe krijimin e programeve për mbështetje financiare. Më konkretisht, përmes hartëzimit dhe analizimit të ndërmarrjeve sociale ekzistuese, studimi ofron një pasqyrë të fushave në të cilat operojnë ndërmarrjet sociale, shërbimet dhe produktet që ato ofrojnë, numrin e punonjësve, të dhënat demografike, burimet dhe lartësinë e të ardhurave të tyre.

Në këtë kuadër, studimi shkon një hap më tej dhe identifikon sipërmarrjet sociale të të rinjve si një kategori më vete. Ai ka një fokus të veçantë në ndërmarrjet sociale që drejtohen nga dhe/ose përfshijnë të rinjtë dhe krijojnë përfitime të drejtpërdrejta dhe ndikim pozitiv për ta. Deri më tani, në politikat publike dhe kërkimet e disponueshme për sipërmarrjen sociale, sipërmarrja sociale rinore (në krahasim me sipërmarrjen rinore) nuk është analizuar si temë me interes të veçantë. Ky studim tenton të plotësojë këtë hapësirë, duke krijuar një përkufizim të sipërmarrjes sociale rinore dhe duke ofruar gjetjet bazë për ndërmarrjet sociale të të rinjve.

Përkundrejt kërkimeve tashmë ekzistuese në vendin tonë të cilat (kryesisht) fokusohen në ekosistemin për sipërmarrjen sociale përmes analizës së politikave publike, kuadrit ligjor dhe përvojave krahasuese,¹ ky studim kultivon një qasje nga poshtë-lart (bottom-up approach). Duke u mbështetur kryesisht në kërkime të gjera parësore, studimi nxjerr të dhëna dhe informacione direkte nga vetë ndërmarrjet sociale dhe paraqet gjendjen e sipërmarrjes sociale nëpërmjet kontributit të drejtpërdrejtë të vetë sipërmarrësve/ sipërmarrëseve sociale.

Një nga rezultatet kryesore të studimit është regjistri i ndërmarrjeve sociale (me vështrim të veçantë ndaj sipërmarrjes sociale rinore), i pari i këtij lloji në vendin tonë. Regjistri është një produkt i rëndësishëm i hartëzimit të ndërmarrjeve sociale sepse mbledh dhe prezanton në një vend informacionet bazë si: kontakt informacione, misionin social, vendndodhjen, rajonin e funksionimit dhe produktet dhe shërbimet që ofrojnë ndërmarrjet sociale. Regjistri është një "dokument i gjallë" që do të zgjerohet, plotësohet dhe ndryshohet në të ardhmen në varësi të numrit dhe situatës aktuale në sektor.

Të dhënat nga regjistri janë në dispozicion të publikut dhe të hapura për përdorim nga qytetarët dhe të gjithë të interesuarit, me qëllim informimin, por edhe inicimin e bashkëpunimeve të reja ndërmjet ndërmarrjeve sociale, bizneseve dhe institucioneve shtetërore.

1. Shembull: Ana Filipovska, Analiza e nevojave për zhvillimin e ndërmarrjeve sociale në Republikën e Maqedonisë, HERA, 2017; Fondacioni Friedrich Ebert, Analizë e kushteve dhe sfidave për zhvillimin e sipërmarrjes sociale në Republikën e Maqedonisë, 2016; Zdravko Veljanov, Nga një kornizë më e mirë ligjore në një klasë në rritje të sipërmarrësve socialë në Maqedoni, Qendra për Promovimin e Shoqërisë Civile, 2017; Shoqata "Publik", Analiza e kapaciteteve të ndërmarrjeve sociale në Maqedoninë e Veriut, 2019; Regional Incubator for Social Enterprises (RISE), Regional Study and Guidelines on Social Entrepreneurship in the Western Balkans, 2020; Klimentina Ilijevski and Aleksandra Iloska, Social Enterprises and their Ecosystems in Europe, Country fiche-FYROM, 2018; Association for Democratic Prosperity – Zid, Supporting Youth Social Entrepreneurship in the Western Balkans and Europe, 2021; Mladiinfo International, Social Economy as a Main Driver of Economic and Social Development in the Western Balkans and Visegrad Region, 2020 dhe të tjerë.

Krijimi i një regjistri të këtij lloji do të mundësojë dukshmërinë e ndërmarrjeve ekzistuese sociale në të cilat punojnë ose drejtohen nga të rinjtë, por do të shërbejë edhe si burim për analiza të mëtejshme të kapaciteteve dhe nevojave të ndërmarrjeve ekzistuese sociale. Në vetë procesin e krijimit të regjistrimit, ekipi hulumtues identifikoi potencialin e përdorimit të tij si një mjet që mund t'u shërbejë subjekteve nga ekosistemi (kompanitë e sektorit privat, komunat, institucionet, etj.) mund tu shërbejnë për proceset e prokurimit dhe në këtë mënyrë të mbështesë ndërmarrjet sociale (rinore) (për shembull Blerja e aromatizuesve organikë, akomodimi në hotel - shoqatë e mbrojtur, materiale eko-promocionale të prodhuara nga një biznes i gjelbër, suvenire të prodhuara nga persona me sindromën Down, blerje mobilie të përdorura, etj.)

Ky studim gjithashtu ka për qëllim të kontribuojë në procesin e krijimit të një kuadri ligjor cilësor për sipërmarrjen sociale, i cili duhet të përcaktojë rolin dhe kushtet e tyre për funksionim dhe zhvillim.² Analiza gjithëpërfshirëse dhe regjistrimi me një paraqitje operacionale të ndërmarrjeve sociale të ndara sipas zonave, rajoneve, aktiviteteve etj., mund të mbi-ndërtohet dhe të shërbejë si një dokument operacional për konsultime dhe debate të mëtejshme publike. Në mënyrë të ngjashme, qëllimi i studimit është t'u shërbejë institucioneve kompetente rinore për strukturimin e politikave të ardhshme rinore mbi sipërmarrjen (sociale) dhe arsimin (social) sipërmarrës.

Krahas ndërmarrjeve sociale ekzistuese, hartëzimi synonte edhe idetë operative për ndërmarrjet sociale, të përcaktuara si iniciativa të individëve, grupeve të qytetarëve apo personave juridikë për themelimin e ndërmarrjeve sociale.³ Ashtu si më sipër, hartëzimi tregon fushat e ardhshme të funksionimit të ndërmarrjeve sociale, misionin social, produktet dhe shërbimet e ardhshme, planet e zhvillimit dhe fazën e realizimit të ideve. Kjo pjesë e hartëzimit jep hapësirë për të eksploruar mbështetjen e nevojshme (teknike, arsimore, financiare) përmes analizave plotësuese për nevojat e sipërmarrësve/ sipërmarrëseve sociale me perspektivë, por edhe për të vlerësuar potencialin dhe drejtimin për zhvillimin e ardhshëm të sipërmarrjes sociale rinore.

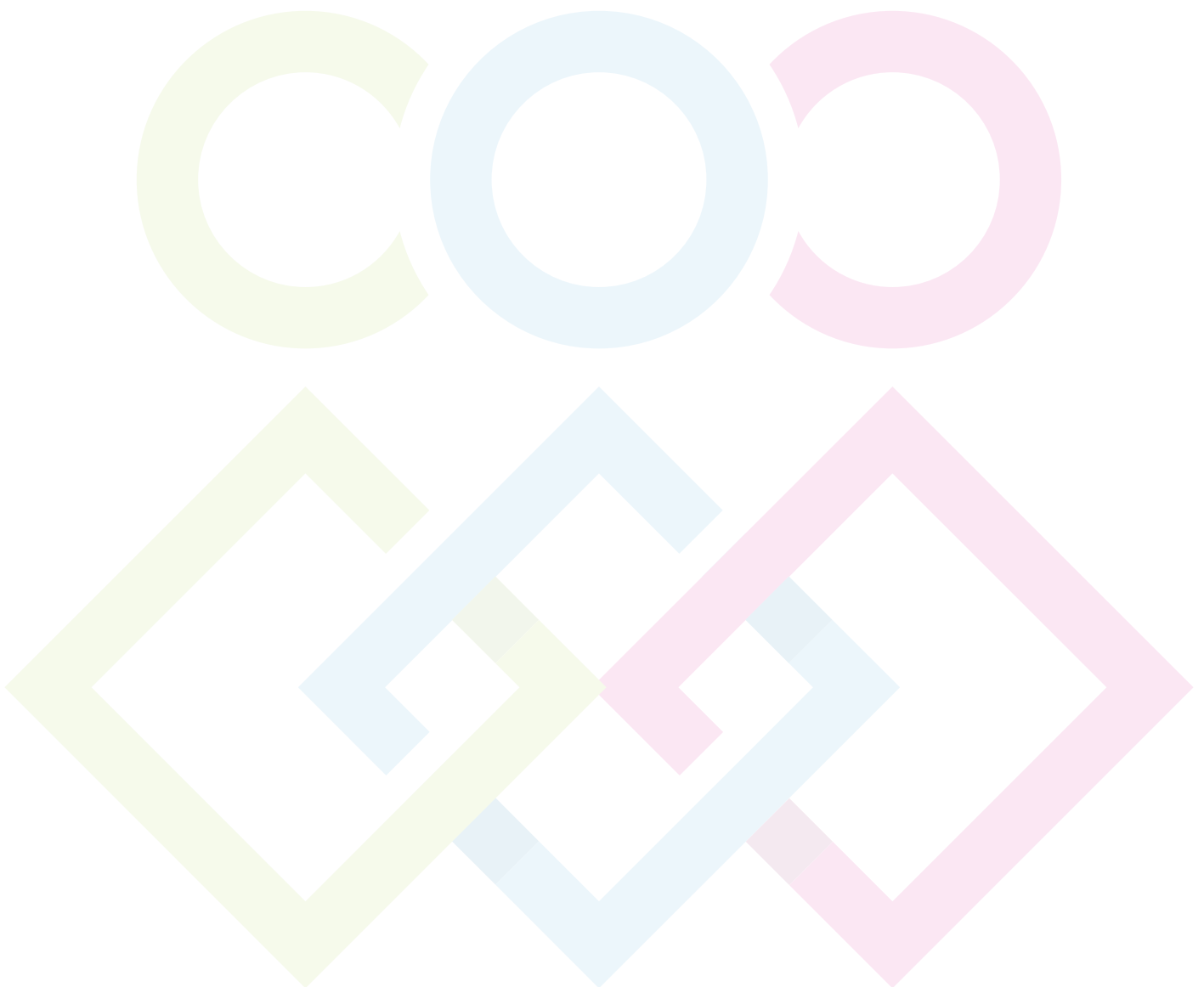
Edhe pse hartëzimi i ideve për ndërmarrjet sociale është përtej qëllimit të këtij studimi dhe nuk është objekt analize, megjithatë është e rëndësishme të theksohet se për pyetësin për idetë për ndërmarrjet sociale janë pranuar 40 përgjigje, nga të cilat 35 (87.5%) ishin nga individë të rinj/ekipe ose që do të përfshihen ose drejtpërdrejtë do të prekin të rinjtë nga Maqedonia e Veriut. Idetë për ndërmarrjet sociale vijnë nga të tetë rajonet planore në Maqedoninë e Veriut dhe janë në faza të ndryshme të pjekurisë (ekzistojnë vetëm si ide, testojnë produkte dhe shërbime në treg, kanë vetëm një model biznesi dhe të tjerat janë duke bërë prototipe të produkteve dhe shërbimeve të tyre).⁴ Shumica prej tyre kanë kaluar tashmë një fazë ideimi ose trajnime për sipërmarrje sociale në Maqedoninë e Veriut, më të zakonshmet prej të cilave janë programet e Shoqatës për Inovacione Sociale ARNO "RISE - e gional Incubator for Social Entrepreneurs Inkubatori Rajonal për Ndërmarrësit Social" dhe konkursi "Ide të Gjelbra - Green Ideas", pas të cilave vijojnë Junior Achievement (JA), Social Impact Award (SIA), Upshift dhe të tjerë. Rëndësia e studimit reflektohet në disa aspekte. Së pari, ofron hartografimin e detajuar dhe regjistrin e parë të ndërmarrjeve sociale në vendin tonë. Gjithashtu për herë të parë, studimi fokusohet në identifikimin e sipërmarrjeve sociale rinore si një kategori më vete, duke ofruar një qasje inovative për përcaktimin e tyre.

2. Sipas informacioneve nga Ministria e Punës dhe Politikës Sociale e R. së Maqedonisë së Veriut, Ligji për ndërmarrjet sociale pritet të miratohet deri në fund të vitit 2022.

3. Për shembull, ekipet që kanë kaluar nëpër disa programe për sipërmarrje sociale në Maqedoninë e Veriut (RISE, Green Ideas, Upshift, SIA, etj.), janë ose në fazën e zhvillimit të një plani biznesi, ose në testimin e produkteve dhe shërbimeve, ose në proces të hapjes së një subjekti juridik etj. Me fjalë të tjera, idetë operacionale tashmë punojnë drejt konkretizimit në ndërmarrjet sociale ose tashmë janë në fazën e regjistrimit të një personi juridik.

4. Rajonet planore në Maqedoninë e Veriut: i Shkupit, Vardarit, Lindor, Verilindor, Juglindor, Jugperëndimor, i Pellagonisë dhe i Pollogut.

Gjithashtu për herë të parë, studimi fokusohet në identifikimin e sipërmarrjeve sociale rinore si një kategori më vete, duke ofruar një qasje inovative për përcaktimin e tyre. Më pas, studimi ofron informacione për ndërmarrjet sociale, nga të cilat mund të nxirren përfundime dhe rekomandime për ngritjen e kapaciteteve të ardhshme dhe programe mbështetëse për ndërmarrjet (rinore) sociale. Dhe së fundi, studimi përkon në kohë me projektet dhe proceset më të rëndësishme për sipërmarrjen sociale në vendin tonë, siç është hartimi i Ligjit për ndërmarrjet sociale, dhe mund të kontribuojë ndjeshëm në këto procese dhe nisma.



METODOLOGJIA

Studimi bazohet në analizën cilësore dhe sasiore të burimeve parësore dhe dytësore të të dhënave të siguruara në periudhën maj-korrik 2022. Të udhëhequr nga karakteri kombëtar dhe kompleksiteti i hartëzimit dhe regjistrit, janë përdorur metoda dhe mjete të ndryshme metodologjike, ndër të tjerat: metoda analitike-sintetike, metodat e përshkrimit, metodat e deduksionit, metodat e ndërlikimit, metodat e diseminimit dhe metodat e grumbullimit dhe analiza e të dhënave. Për realizimin e studimit përmes metodave dhe mjeteve specifike është përdorur një qasje hibride, gjegjësisht kombinim i aktiviteteve online dhe offline.

Të dhënat primare janë marrë në bazë të pyetësorëve të ndërmarrjeve sociale, intervistave dhe konsultimeve individuale, fokus grupeve, mbledhjes së të dhënave përmes telefonit dhe konkluzione nga ngjarjet që kanë të bëjnë me sipërmarrjen sociale.

- Pyetësorët për Ndërmarrjet Sociale dhe Ide për Ndërmarrje Sociale – si mjet kryesor u përpiluan dy pyetësorë të veçantë online që synojnë hartëzimin e ndërmarrjeve sociale ekzistuese si dhe idetë për ndërmarrjet e mundshme sociale. Pyetësorët ndryshojnë në strukturën e tyre për shkak të natyrës së rezultateve të pritura, por të dy përmbajnë pyetje që ofrojnë thelbin e ekzistencës dhe punës së ndërmarrjeve sociale dhe ndërmarrjeve sociale të ardhshme si: fushat në të cilat punojnë, numri i punonjësve, të dhënat demografike, të ardhurat etj. Për qëllime të shpërndarjes së pyetësorëve, ARNO përpiloi një bazë të dhënash gjithëpërfshirëse me më shumë se 600 kontakte nga organizata të shoqërisë civile, organizata të shoqërisë civile me aktivitete ekonomik, organizata rinore dhe organizata për të rinj, ndërmarrje të vogla, ndërmarrje sociale ekzistuese, inkubatorë biznesi, akceleratorë, programe për mbështetjen e sipërmarrjes sociale, rrjete të ndërmarrjeve sociale, institucione shtetërore nga fusha e sipërmarrjes sociale etj. Përveç kësaj, u dërgua gjithashtu njoftim publik për publikimin e pyetësorëve në mënyrë që të mobilizohen të gjitha palët e interesuara në sektor dhe qytetarë.

-Mbledhja e të dhënave me telefon - pas pyetësorëve që u dërguan paraprakisht në listën e kontakteve, disa prej tyre janë kontaktuar me telefon, me qëllim të inkurajohen një numër më i madh i përgjigjeve, por edhe për të dhënë shpjegime të mëtejshme dhe për të mbledhur informacione shtesë.

-Fokus grupi - fokus grup u organizua me përfaqësues nga katër qendra rajonale për të mbështetur zhvillimin e sipërmarrjes sociale nga projekti "Mbështetje për ndërmarrjet sociale/Support to social enterprises" (rajoni planor i Shkupit, Varadarit, Lindor, Juglindor) të cilët aplikuan për të marrë pjesë në fokus grupin, me qëllim të plotësohet hartëzimi dhe regjistri me informacione të reja dhe ndërmarrje të reja sociale.

- Intervista dhe konsultime individuale - intervista me asociacionin për Hulimtim, Komunikim dhe Zhvillim "PABLIK" – iniciatorë të Strategjisë për Ndërmarrësi Sociale

dhe themelues të Rrjetit të Ndërmarrjeve Sociale dhe intervistë individuale me përfaqësues të projektit "Mbështetje për ndërmarrjet sociale/Support to social enterprises". Gjithashtu, konsultime telefonike u kryen me Fondin për Inovacion dhe Zhvillim Teknologjik (FIHT) për të dhënë komente dhe informacion nga thirrja e tyre e parë për ndërmarrjet sociale, si dhe me Ministrinë e Punës dhe Politikës Sociale në lidhje me shërbimet sociale dhe mbështetjen për ofruesit e shërbimeve sociale.

- Konkluzione nga tryeza e rrumbullakët "Sfidat dhe mundësitë për zhvillimin e ekonomisë sociale në Maqedoninë e Veriut", organizuar nga Asociacioni për Hulumtim, Komunikim dhe Zhvillim "PABLIK", i cili analizoi versionin fillestar të Ligjit për ndërmarrjet sociale, janë shfrytëzuar për të kontekstualizuar prioritetet e këtij studimi në përputhje me situatën aktuale të ekosistemit të sipërmarrjes sociale.⁵

Nga ana tjetër, të dhënat dytësore janë siguruar përmes një desk analize të literaturës ekzistuese për sipëmarrësinë sociale si Strategji nacionale për zhvillimin e ndërmarrjeve sociale në Republikën e Maqedonisë së Veriut (2021-2024), bazat e të dhënave dhe raporteve të Ministrisë së Punës dhe Politikës Sociale të Maqedonisë së Veriut, si dhe hulumtime përkatëse, dokumente të politikave publike dhe analiza për sipërmarrjen sociale në Maqedoninë e Veriut.⁶ Desk-hulumtimi është përdorur edhe për të hartëzuar ndërmarrjet sociale që janë aktive, por nuk kanë shprehur vuajtjet e tyre për të marrë pjesë në hartëzimin dhe shënimin në regjistër. Përmes këtij hulumtimi janë hartuar edhe 30 ndërmarrje sociale. Ato nuk përfshihen në analizën e mëtejshme për faktin se ofrohet vetëm informacion i pjesshëm online ose përmes konsultimit me organizata, institucione dhe rrjete të tjera.

Gjatë zhvillimit të metodologjisë dhe mjeteve metodologjike dhe realizimit të vetë studimit, janë vërejtur disa kufizime objektive, të cilat para së gjithash vijnë nga mungesa e një kuadri ligjor për ndërmarrjet sociale dhe mungesa e një përkufizimi përgjithësisht të pranuar të ndërmarrjes sociale. Në kushte të tilla, në vendin tonë ende lind pyetja se cilat ndërmarrje kategorizohen si ndërmarrje sociale dhe cilat janë karakteristikat themelore të një ndërmarrje sociale. Pas konsultimeve me ekspertë të fushës së ndërmarrësisë sociale në vendin tonë, për qëllimet e këtij studimi është përdorur përkufizimi i dhënë në Strategjinë nacionale për zhvillimin e ndërmarrjeve sociale në Republikën e Maqedonisë së Veriut (2021-2024), si Dokumenti më i rëndësishëm dhe më gjithëpërfshirës i politikave publike.

"Ndërmarrje sociale përkufizohet si një operator në ekonominë sociale, qëllimi kryesor i të cilit është të ketë një ndikim shoqëror duke ofruar mallra dhe shërbime në treg në mënyrë inovative dhe në mënyrë sipërmarrëse, duke përdorur fitimin e tij kryesisht për arritjen e qëllimeve shoqërore, dhe menaxhohet në mënyrë pjesëmarrëse me përfshirjen e punonjësve, konsumatorëve dhe palëve të interesuara që preken nga aktivitetet e saj [...] termi qëllim shoqëror konsiderohet në kuptimin më të gjerë dhe përfshin ofrimin e shërbimeve kulturore, shëndetësore dhe arsimore, si dhe shërbime për mbrojtjen e mjedisit jetësor. Përmes promovimit të interesit të përgjithshëm, NS-të kapërcejnë orientimin tradicional ndaj pronarëve dhe aksionarëve. Në rastin kur bëhet fjalë për një produkt, NS-të duhet të ofrojnë një produkt/shërbim që ka vlerë sociale".⁷

Duke pasur parasysh se ky studim është i fokusuar edhe në ndërmarrjet sociale rinore, à propos mungon edhe përkufizimi i ndërmarrjes sociale rinore. Në mënyrë të

5. Mbajtur më 04.05.2022 në Qendrën për Ndërmarrje Sociale në Shkup, Maqedonia e Veriut.

6. Shih fusnotën numër 1.

7. Strategjia kombëtare për zhvillimin e ndërmarrjeve sociale në Republikën e Maqedonisë së Veriut (2021-2024). Në dispozicion në: <<https://bit.ly/3zxXUPZ>>

ngjashme, pas konsultimit me ekspertë në fushën e sipërmarrësisë sociale rinore dhe politikave rinore, u përdor një analogji me nenin 6 dhe 7 të Ligjit për pjesëmarrjen rinore dhe politikave rinore gjatë përkufizimit të "organizatave rinore" dhe "organizatave për të rinjtë".⁸ Kështu, sipërmarrje sociale rinore në këtë studim nënkupton ndërmarrje sociale që: a) ka një strukturë drejtuese të përbërë nga 2/3 e të rinjve të moshës 15-29 vjeç; ose b) punëson ose angazhon të rinj të moshës 15-29 vjeç ose c) ndërmarrje sociale që ndikon drejtpërdrejt dhe krijon përfitime për të rinjtë e moshës 15-29 vjeç. Mungesa e rregullimit dhe përkufizimit ligjor shkakton vështirësi edhe për vetë sipërmarrësit /sipërmarrëse sociale për t'i klasifikuar subjektet e tyre juridike (shoqatat, asociacione, kompanitë e vogla, kooperativat, artizanët etj.) si ndërmarrje shoqërore dhe t'i njohin elementet e tyre bazë si të tilla. Gjithashtu, te ndërmarrjet sociale u shfaqën vështirësi në klasifikimin e ndërmarrjes së tyre si "ide" ose si "ndërmarrje ekzistuese". Kjo vlen edhe për segmentin financiar, pra realizimin e të ardhurave nëpërmjet shitjes së produkteve dhe shërbimeve krahasuar me të ardhurat e tjera nga projektet, donacionet dhe ngjashëm. Në këtë kuptim, kufizim ishte edhe mos-transparenca e disa prej ndërmarrjeve sociale për financat e tyre, pra refuzimi për të dhënë përgjigje për të ardhurat e tyre.

Gjithashtu, si sfidë u shfaq hapja dhe bashkëpunimi i vetë ndërmarrjeve sociale, duke qenë se pas tre muaj përpjekjesh, janë marrë gjithsej 63 përgjigje në pyetësonin për ndërmarrjet sociale dhe 40 në pyetësonin për idetë për ndërmarrjet sociale. Edhe pse, siç u përmend, ishin hartuar edhe 30 ndërmarrje sociale shtesë, ato nuk morën pjesë në hartëzimin, pavarësisht disa përpjekjeve me e-mail dhe telefonik për të bashkëpunuar. Këto sfida u tejkaluan pjesërisht përmes mbledhjes së të dhënave telefonike shtesë, kërkimit online dhe organizimit të grupeve të fokusit dhe intervistave dhe konsultimeve individuale për të mbledhur informacion më të detajuar.

8. Ligji për pjesëmarrjen rinore dhe politika rinore (Gazeta Zyrtare e RM-së, nr: 10/2020, datë 16.1.2020), neni 6 dhe 7 (format e organizimit dhe përfaqësimit të të rinjve). Në dispozicion në: <<https://bit.ly/3oz6veW>>

RRETH NDËRMARRJEVE SOCIALE NË MAQEDONINË E VERIUT

Siç u përmend, rezultatet e hartës na japin një pasqyrë të caktuar të ndërmarrjeve sociale ekzistuese me fokus të veçantë tek të rinjtë. Pyetësorët për ndërmarrjet sociale si vegla kryesore për marrjen e këtij informacioni dhe për të treguar gjendjen reale dhe kapacitetet e ndërmarrjeve sociale, së pari, japin përgjigje për disa pyetje të rëndësishme që lidhen me thelbin e ekzistencës dhe funksionimit të tyre. Për më tepër, pyetësorët gjithashtu ofrojnë informacion bazë për kontakti dhe identifikimi për secilën ndërmarrje sociale, të disponueshme publikisht në regjistrin e ndërmarrjeve sociale. Pyetësorët fokusohen edhe te të rinjtë dhe japin një përgjigje nëse ndërmarrjet sociale drejtohen nga të rinjtë, punojnë në fushën me të rinjtë, nëse ata përfshijnë, punësojnë dhe angazhojnë drejtpërdrejt të rinjtë, cilat kategori të rinjsh janë më të përfaqësuar në ndërmarrjet sociale etj.

Është e rëndësishme të theksohet se deri në hartimin e këtij studimi, pyetësorit iu përgjigjën gjithsej 63 subjekte juridike. Prej tyre 6 nuk kanë aktivitet ekonomik që gjeneron fitim dhe nuk i ofrojnë tregut asnjë mall dhe shërbim me vlerë shoqërore. Sipas përkufizimit të paraqitur më sipër, ne nuk i kategorizojmë këto subjekte juridike si ndërmarrje sociale. Sipas kësaj, hartëzimi identifikon 57 ndërmarrje sociale nga tetë rajonet planore në Maqedoninë e Veriut që do të regjistrohen në regjistrin e ndërmarrjeve sociale. Në tekstin e mëposhtëm janë paraqitur dhe shtjelluar rezultatet e hartëzimit.

© LLOJI I SUBJEKTIT JURIDIK TË NDËRMARRJEVE SOCIALE⁹

Nga numri i përgjithshëm i përgjigjeve, 7 ndërmarrje sociale (12%) janë të regjistruara si organizata rinore, 17 si organizata për të rinj (30%), 10 si organizata qytetare pa fokus rinor (17%), 21 ndërmarrje sociale janë të regjistruara si ndërmarrje të vogla (37%), 1 ndërmarrje sociale është paraqitur fermer/fermere i/e regjistruar (2%) dhe 1 ndërmarrje sociale është e regjistruar si kooperativë (2%).

Siç vërehet, përqindja më e madhe 59% ose 34 nga personat juridikë janë organizata civile (shoqata të qytetarëve, asociacione, fondacione) të regjistruara sipas Ligjit për shoqatat e qytetarëve dhe fondacione.¹⁰ Prej tyre, 42% janë të regjistruara si organizata rinore (7) dhe organizata për të rinj (17) që punojnë si ndërmarrje sociale dhe fokusohen në përmirësimin e gjendjes dhe cilësisë së jetës së të rinjve. Kjo është një shifër pozitive për sipërmarrjen sociale rinore, veçanërisht nëse shtohet shifra prej 35 ide të hartuara për ndërmarrjet sociale rinore.

Për më tepër, një përqindje e madhe (37%) e personave juridikë janë ndërmarrje të regjistruara sipas Ligjit për shoqëritë tregtare¹¹ (shoqëri me përgjegjësi të kufizuar - SHPK dhe shoqëri me përgjegjësi të kufizuar një person - SHPKNJ), ndërsa si koopera-

9. nën moshën 29 vjeç, organizatë joqeveritare që vepron në fushën e të rinjve, ndërmarrje/kompani e vogël, Zejtar, fermer/e i/e regjistruar, kooperativë, tjetër).

10. Ligji për shoqata të qytetarëve dhe fondacione, ("Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr. 31/98 i datës 2.7.1998).

11. Ligji për shoqëritë tregtare ("Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr. 28/2004; 84/2005; 25/2007; 87/2008; 42/2010; 48/2010; 24/2011; 166/2012; 70/2013; 119/2013; 120/2013; 187/2013; 38/2014; 41/2014; 138/2014; 88/2015; 192/2015, 6/2016 dhe 61/2016).

tiva sipas Ligjit për kooperativat bujqësore¹² dhe bujq sipas Ligjit për ushtrimin e veprimtarisë bujqësore¹³ janë regjistruar vetëm 4% gjithsej, në kundërshtim me përvojat e BE-së ku kooperativat dhe fermerët janë një nga format më të përfaqësuara të ndërmarrjeve sociale dhe palët më të mëdha të interesit në ekonominë sociale (figura 1 dhe figura 2).

FIGURA 1
LLOJI I SUBJEKTIT JURIDIK

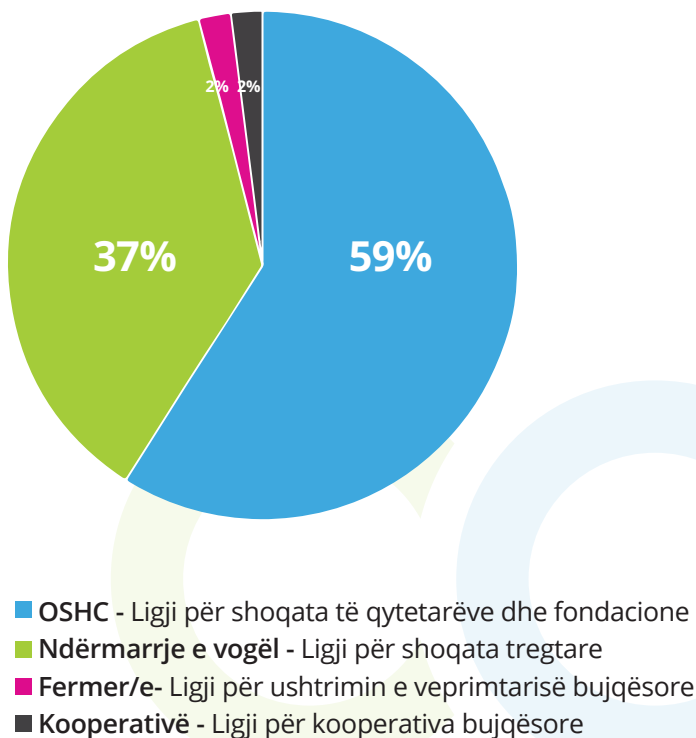
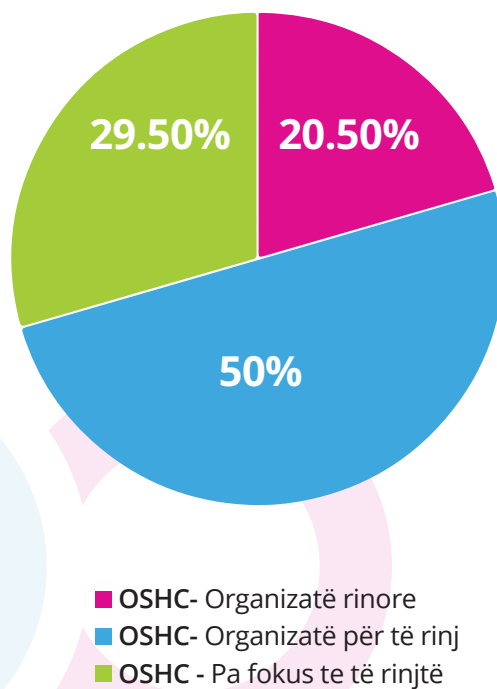


FIGURA 2
NS E REGJISTRUAR SI OSHC



© VENDNDODHJA E NDËRMARRJEVE SOCIALE¹⁴

Nga numri i përgjithshëm i përgjigjeve, pjesa më e madhe ose 25 prej ndërmarrjeve sociale (44%) janë të vendosura në Shkup dhe rajonin e Shkupit, 10 në rajonin e Pellagonisë (18%), 7 në rajonin juglindor (12%), nga 4 në rajonin e Vardarit dhe në rajonin lindor (7%), nga 3 në rajonin e Pollogut dhe jugperëndimor (5%) dhe 1 në rajonin verilindor (2%).

Nga të gjitha, vetëm 7 (rreth 12%) janë të vendosura në fshatra, gjegjësisht në zonat rurale në Maqedoninë e Veriut. Siç pritej, shumica e ndërmarrjeve sociale operojnë në territorin e Rajonit të Shkupit, pasuar nga Rajoni i Pellagonisë dhe më pas ai Juglindor.

Një numër i vogël i ndërmarrjeve sociale janë paraqitur në rajonet verilindore (2%), jugperëndimore dhe rajonet e Pollogut (5% secili). Kjo tregon për një shpërndarje të pabarabartë të ndërmarrjeve sociale dhe centralizimin e tyre rreth kryeqytetit Shkup (Figura3).

12. Ligji për kooperativat bujqësore (Gazeta Zyrtare e RM-së, nr.23, datë 14.2.2013, nr. 51, datë 31.3.2015, nr.193, datë 6.11.2015 dhe nr.39 datë 29.2.2016)

13. Ligji për kryerjen e veprimtarisë bujqësore ("Gazeta Zyrtare e RM-së" 11/2002; 89/2008; 116/2010; 53/2011; 39/16)

14. Pyetja 2: Vendndodhja e ndërmarrjeve sociale fshat/qytet - Figura 3

FIGURA 3

VENDNDODHJA/RAJONI PLANOR



© MISIONI I NDËRMARRJEVE SOCIALE¹⁵

Misioni social i ndërmarrjeve sociale është i llojlojshëm, me fokus në kategori të ndryshme të qytetarëve, fushave dhe veprimtarive. Disa nga ndërmarrjet sociale kanë mision më të ngushtë, disa më të gjerë, disa primar e dytësor etj.

Megjithatë, sipas përgjigjeve nga pyetësi, misioni social mund të klasifikohet në disa kategori:

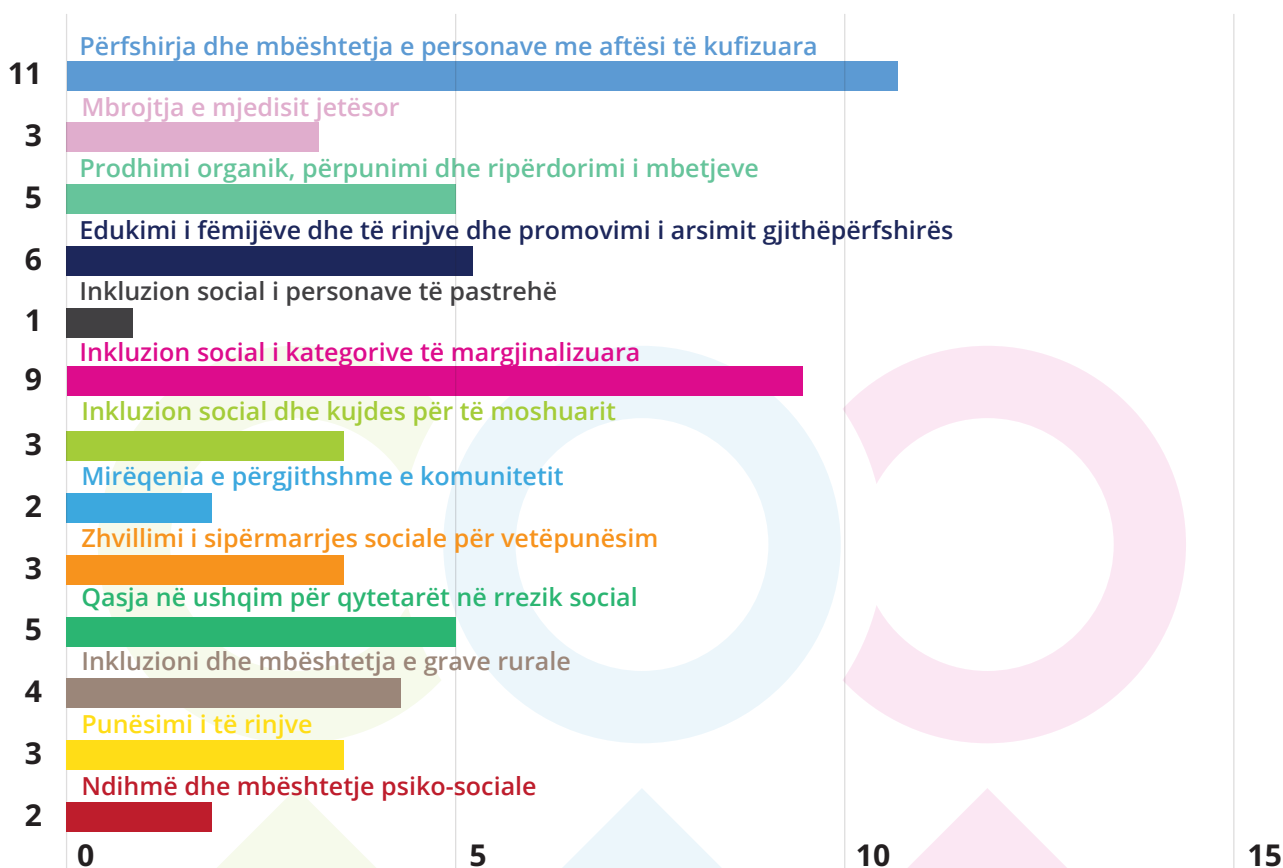
- Mbështetje dhe ndihmë psiko-sociale;
- Punësimi i të rinjve;
- Përfshirja dhe mbështetja e grave rurale;
- Qasja në ushqim për qytetarët në rrezik social;
- Zhvillimi i sipërmarrjes sociale për vetëpunësim;
- Mirëqenia e përgjithshme e komunitetit lokal;
- Përfshirja sociale dhe kujdesi për të moshuarit;
- Përfshirja sociale e kategorive të marginalizuara;
- Përfshirja sociale e personave të pastrehë;
- Edukimi i fëmijëve dhe të rinjve dhe promovimi i arsimit gjithëpërfshirës;
- Prodhimi organik, përpunimi dhe ripërdorimi i mbetjeve;
- Përfshirja dhe mbështetja e personave me aftësi të kufizuara dhe
- Mbrojtja e mjedisit jetësor

Sipas të dhënave të siguruar, numri më i madh i ndërmarrjeve sociale të hartëzuara synojnë përfshirjen dhe mbështetjen e personave me aftësi të kufizuara (19%), pasuar nga përfshirja sociale e kategorive të marginalizuara të qytetarëve (16%) dhe arsimimi i fëmijëve dhe të rinjve (10%), ndërsa dy ndërmarrje sociale (rreth 3%) punojnë drejtpërdrejt në punësimin e të rinjve. Me rëndësi është se tre nga ndërmarrjet sociale (5%) punojnë në zhvillimin e sipërmarrjes sociale si mjet për vetëpunësim dhe ndryshime

15. Pyetja 3: Cili është misioni juaj social- Figura 4

sociale, dhe katër prej tyre (7%) kanë mision për përfshirjen dhe mbështetjen e grave rurale. Është interesante të shihet se numri i ndërmarrjeve sociale që merren me mbrojtjen e mjedisit, prodhimin organik dhe menaxhimin e mbetjeve organike, pra e ashtuquajtura sipërmarrje sociale e gjelbër është e konsiderueshme dhe arrin në 14%. Gjithashtu, ndër përgjigjet, misioni i gjelbër, pra edukimi për mjedisin jetësor, lufta kundër ndryshimeve klimatike, ndotjes etj., për një pjesë të madhe të ndërmarrjeve sociale, imponohet si një mision më i gjerë shoqëror (Figura4).

FIGURA 4
MISIONI SOCIAL



© **NUMRI I PUNONJËSVE NË NDËRMARRJET SOCIALE**¹⁶

Duke marrë parasysh statusin e papërcaktuar të ndërmarrjeve sociale, fuqinë e tyre ekonomike dhe pasojat e pandemisë Covid-19, numri i të punësuarve në ndërmarrjet sociale pritet të jetë relativisht i vogël. Në total, 57 ndërmarrje sociale punësojnë 271 persona ose mesatarisht më pak se 5 persona për ndërmarrje sociale. Prej të gjithave, madje deri në 10 nga të gjitha ndërmarrjet sociale (5.7%) nuk kanë të punësuar, pra ato i drejtojnë ndërmarrjet e tyre sociale në baza vullnetare.

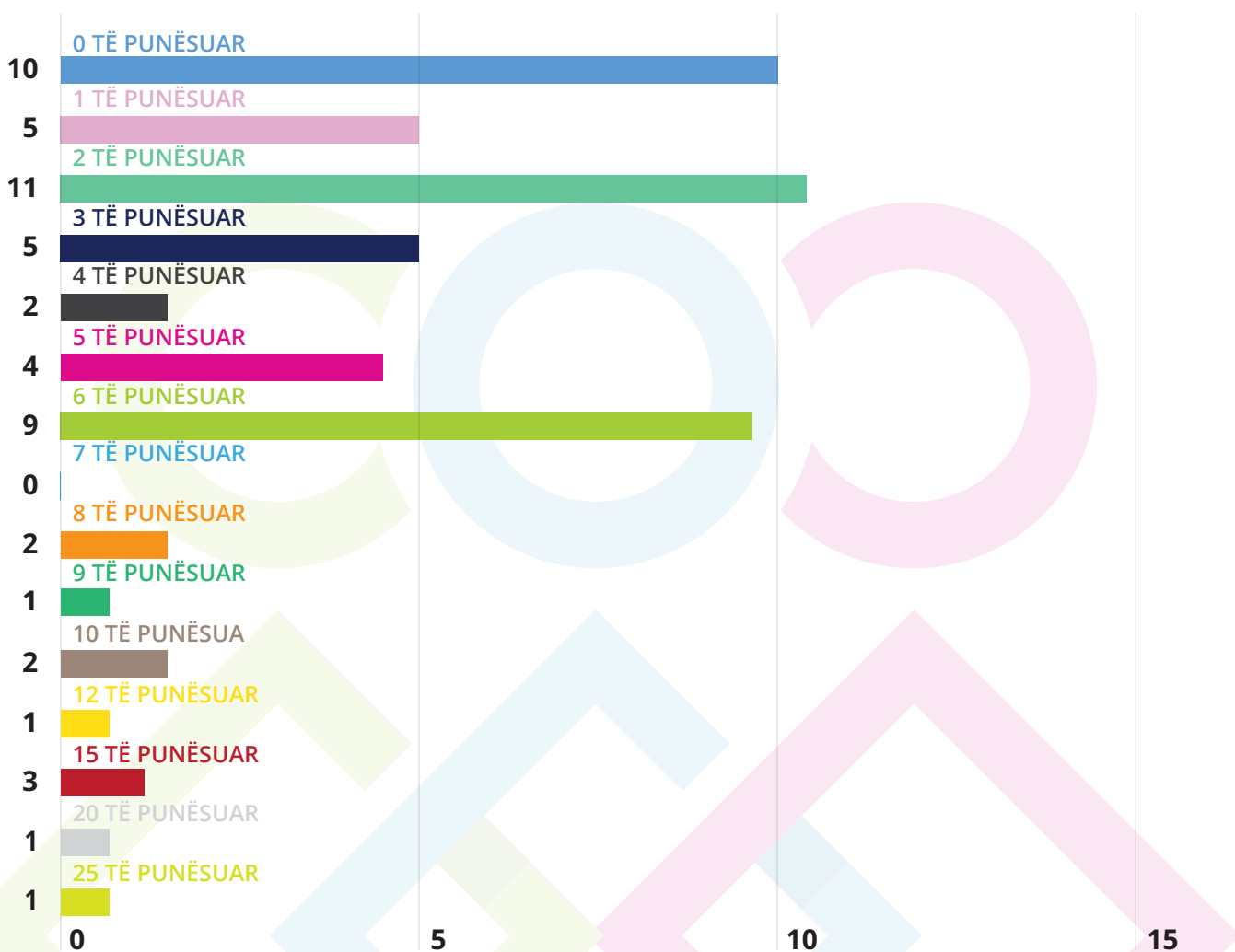
Ndërmarrjet sociale më së shpeshti kanë nga 2 të punësuar, ndërsa 27 prej tyre (47%) punësojnë prej 1-5 persona dhe 12 prej tyre (21%) punësojnë prej 5-10 persona. Në total, 68% e ndërmarrjeve sociale punësojnë 1-10 persona që i kategorizon si ndërmarrje mikro (sociale). Numri i ndërmarrjeve sociale që punësojnë +10 persona dhe hyjnë në kategorinë e ndërmarrjeve të vogla (sociale) është mjaft i vogël dhe arrin në 8, pra

16. Pyetja 4: Numri i punonjësve (gjithsej) - Figura 5

14%. Sipas të dhënave të marra, ndërmarrjet e vogla sociale që punësojnë ose angazhojnë +10 persona shfaqen si organizata të shoqërisë civile më me përvojë dhe më të mëdha ose, nga ana tjetër, si biznese të vogla që ofrojnë shërbime përkujdesjeje për të moshuarit ose personat me aftësi të kufizuara (Figura5).

Këtu duhet theksuar se pyetja ka të bëjë me numrin e të punësuarve me orar të plotë sipas Ligjit për marrëdhënie pune.¹⁷ por nga interpretimi i përgjigjeve të pyetësorit, vihet re se të dhënat e futura përfshijnë edhe punonjës me honorar, punësimin sezonal dhe punësimin me kohë të pjesshme. Pas analizës u konstatua se nga numri i përgjithshëm prej 271 punonjësish në të gjitha ndërmarrjet sociale, 2 prej tyre janë punëtorë sezonalë, 21 janë të punësuar me honorar dhe 3 janë të punësuar me kohë të pjesshme, përkatësisht afër 10% e numrit të përgjithshëm të punonjësve.

FIGURA 5
NUMRI I TË PUNËSUARVE



© **PUNËSIMI DHE PËRFITIMET E TJERA PËR TË RINJT NGA KATEGORITË E RREZIKUARA**¹⁸

Nga 47 ndërmarrje sociale që kanë të punësuar, vetëm 4 prej tyre nuk punësojnë apo punësojnë të rinj nga kategoritë e rrezikuara të qytetarëve: të rinj romë; të rinjtë me aftësi të kufizuara; të rinjtë pa kujdes prindëror; të rinj ish vartës të lëndëve narkotike;

17. Ligji për marrëdhëniet e punës ("Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr. 62/2005;106/2008; 161/2008; 114/2009; 130/2009; 149/2009; 50/2010; 52/2010; 124/2010; 47/2011;11/2012; 39/2012; 13/2013; 25/2013; 170/2013; 187/2013; 113/2014; 20/2015; 33/2015; 72/2015; 129/2015 dhe 27/2016).

18. Pyetja 5 dhe 6: A keni punonjës që i përkasin kategorive të mëposhtme të qytetarëve dhe nëse po, sa është numri i tyre? Përgjigjet e ofruara: Të rinj romë; Të rinj me aftësi të kufizuara; Të rinj pa kujdes prindëror; Të rinj ish-vartës të lëndëve narkotike; Gra të reja; Të rinj nga grupet e tjera të marginalizuara; tjetër. - Figura: 6, 7, 8 dhe 9

femra të reja; të rinjtë nga grupet e tjera të marginalizuara; ose kategori të tjera (për shembull, të rinj nga familje me një prind, të rinj me më pak mundësi, të rinj në rrezik social, të rinj nga komuniteti LGBTI, etj.).

Me fjalë të tjera, 43 ndërmarrje sociale ose 91.5% e ndërmarrjeve sociale punësojnë të rinj nga kategoritë e rrezikuara pavarësisht nga lloji i subjektit juridik dhe/ose misionit social. Kjo tregon për faktin se ndërmarrjet kryesisht sociale përfshijnë të rinjtë në operacionet e tyre si shfrytëzues të drejtpërdrejtë, por edhe si një burim i vlefshëm në arritjen e misionit dhe qëllimeve të tyre (Figura 6).

FIGURA 6

PËRQINDJA (%) E NS-VE QË PUNËSOJNË TË RINJ NGA KATEGORITË E RREZIKUARA



Në përgjigje të kësaj pyetjeje, ndërmarrjeve sociale u ishte dhënë mundësia të zgjedhin disa kategori të grupeve në rrezik të të rinjve që punësojnë, duke pasur parasysh faktin se një ndërmarrje sociale mund të ketë kategori të ndryshme përdoruesish, të përpiqet të përfshijë më shumë të rinj, të punojë në tema të ndryshme, produkte dhe shërbimet etj.

Si rezultat i kësaj, në figurën 7 shfaqen gjithsej 40 ndërmarrje sociale, sepse në përgjigjet e marra disa kategori të rinjsh ishin grupuar në një ndërmarrje sociale.

Për shembull, ndërmarrja sociale punëson të reja dhe gra të reja dhe të rinj romë, ose punëson të gra të reja, të rinj romë, të rinj me aftësi të kufizuara dhe të rinj pa kujdes prindëror, etj.

Megjithatë, në bazë të rezultateve, vërehet se numri më i madh i ndërmarrjeve sociale punësojnë femra të reja, pastaj të rinj nga grupet e tjera të marginalizuara dhe të rinj romë. Anasjelltas, të rinjtë me aftësi të kufizuara dhe të rinj ish vartës të lëndëve narkotike janë të punësuar/angazhuar në numrin më të vogël të ndërmarrjeve sociale.

FIGURA 7

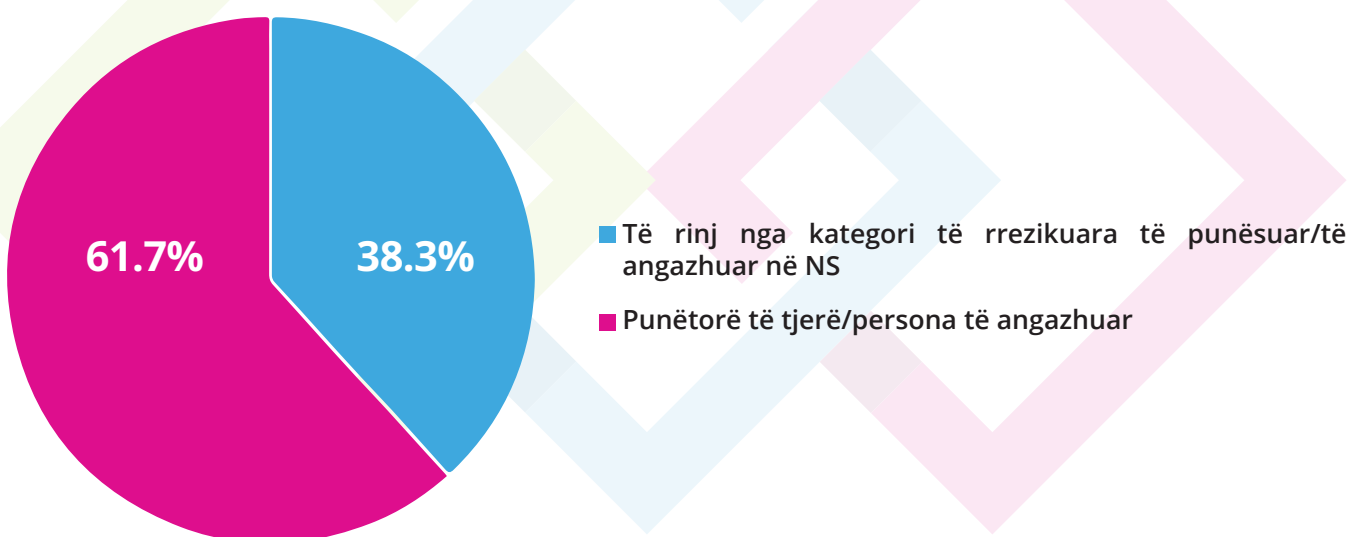
NUMRI I NS-VE QË PUNËSOJNË TË RINJ NGA KATEGORITË E RREZIKUARA



Për më tepër, numri i përgjithshëm i të rinjve që janë të punësuar ose të angazhuar në ndërmarrje sociale është 104 (nga gjithsej 271 të punësuar dhe të angazhuar), ose në përqindje 38.3%. Sa për ilustrim, nëse një ndërmarrje sociale ka 10 të punësuar, atëherë (pothuajse) 4 prej tyre janë të rinj të kategorive në rrezik. Në analogji me përgjigjet e pyetjes së mëparshme, ndërmarrjet sociale janë përgjigjur qartë se punësojnë ose angazhojnë 38 të reja, 7 të rinj nga grupet e marginalizuara, 3 të reja rome/romë, 1 të ri me aftësi të kufizuara, ndërsa nuk jepet asnjë informacion për të rinj ish vartës të lëndëve narkotike (figura 8).

FIGURA 8

PËRQINDJA (%) E TË RINJVE NGA NUMRI I PËRGJITHSHËM I PUNONJËSVE/TË ANGAZHUARVE NË NS

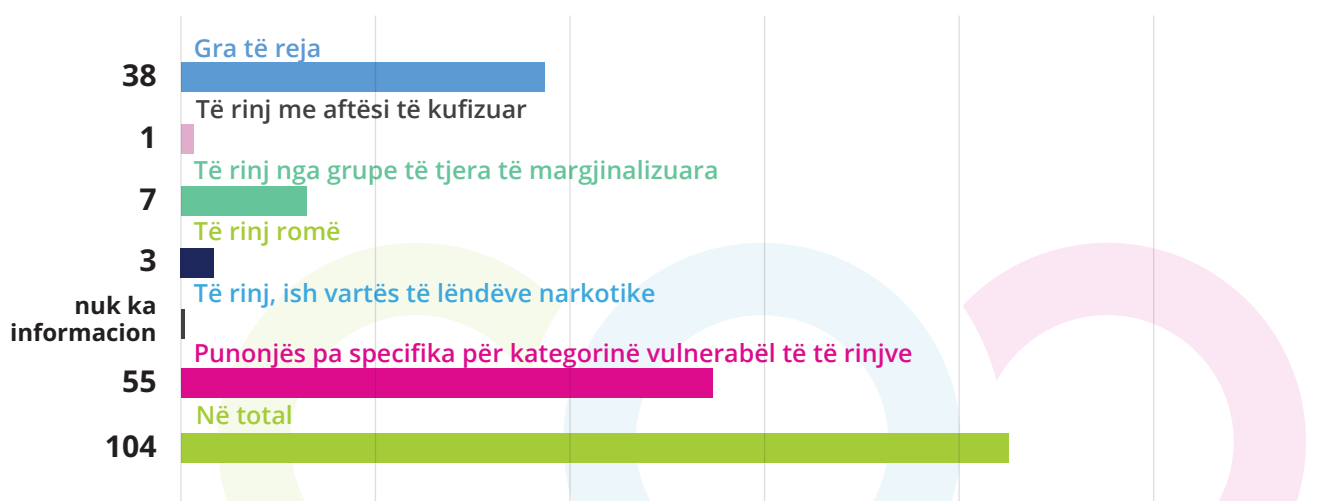


Duke qenë se numri më i madh i ndërmarrjeve sociale punësojnë disa kategori të rinjsh, kategoria e të rinjve pa specifikim për grupin e tyre në rrezik është më e madhja dhe arrin në 55. Është e rëndësishme që kjo shifër të përfaqësojë të gjitha kategoritë e sipërpërmendura të të rinjve në rrezik, si dhe të rinjtë në rrezik social, të rinjtë me më pak mundësi, të rinjtë nga familjet me një prind, të rinjtë nga komuniteti LGBTI, etj.

Me këto përgjigje konfirmohet edhe një herë se të rinjtë, pastaj të rinjtë nga grupet e tjera të marginalizuara dhe të rinjtë romë janë kategoria më e madhe e të rinjve të punësuar dhe të angazhuar në ndërmarrjet sociale, ndërsa të rinjtë me aftësi të kufizuara dhe të rinj ish vartës të lëndëve narkotike rrallë kanë punësim ose angazhim të drejtpërdrejtë (Figura 9).

FIGURA 9

NUMRI I TË RINJVE TË PUNËSUAR NGA KATEGORITË E RREZIKUARA



Nëse këto rezultate lidhen me përgjigjet për misionin e ndërmarrjeve sociale, vërehet një kontradiktë e caktuar. Gjegjësisht, numri më i madh ose 19% e ndërmarrjeve sociale kanë mision për përfshirjen e personave me aftësi të kufizuara, dhe vetëm 3% punojnë në punësimin e të rinjve. Shifra që nuk pasqyrohen në punësimin dhe angazhimin aktual të të rinjve nga kategoritë në rrezik, sepse për ilustrim, të rinjtë me aftësi të kufizuara janë ndër më të rrallët të përfaqësuar në ndërmarrjet sociale, ndërsa të rinjtë përbëjnë 38.3% të të gjithë të punësuarve.¹⁹

Përveç kësaj, misioni i vetëm 7% të ndërmarrjeve sociale është përfshirja dhe mbështetja e grave (rurale), ndërkohë që shumica e të punësuarve dhe të rinjve të angazhuar në ndërmarrjet sociale janë gra, dhe për më tepër vetëm 7 nga të gjitha ndërmarrjet sociale janë të vendosura në zonat rurale. Kjo kontradiktë tregon nevojën për ripërcaktim dhe përshtatje të vazhdueshme të misionit social të ndërmarrjeve, si dhe nevojën për ngritjen e mëtejshme të kapaciteteve në këtë fushë.

Përveç punësimit, aktivitetet e ndërmarrjeve sociale sjellin përfitime dhe ndikim pozitiv tek të rinjtë. Për qëllimet e studimit, përfitimet dhe ndikimi tek të rinjtë analizohen në një kuptim më të gjerë. Kështu, nga 57 ndërmarrje sociale, vetëm 6 nuk kanë dhënë përgjigje të qartë, ndërsa aktivitetet e pjesës tjetër përfshijnë dhe u drejtohen të rinjve. Përveç punësimit, përfitimet dhe ndikimi i drejtpërdrejtë tek të rinjtë kanë forma të ndryshme në varësi të misionit dhe llojit të aktiviteteve të ndërmarrjeve sociale.

19. Studimi nuk analizon numrin total të personave me aftësi të kufizuara të punësuar apo të punësuar, por vetëm kategorinë e të rinjve të moshës 15-29 vjeç.

Shumica e ndërmarrjeve sociale kanë aktivitete që sjellin më shumë përfitime dhe iniciojnë ndikime të ndryshme pozitive për të rinjtë, si për shembull edukim shtesë, forcim të aftësive, ndërgjegjësim, këshillim dhe mentorim, informim, mbështetje për vetëpunësim, pajisje dhe mjete teknike, shërbime të veçanta sipas nevojave të të rinjve etj.²⁰

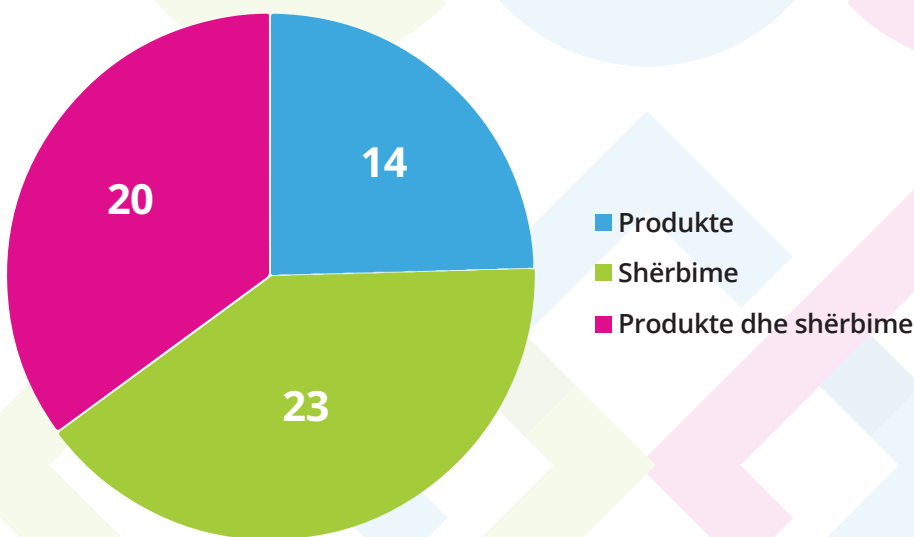
© AKTIVITETI EKONOMIK I NDËRMARRJEVE SOCIALE - PRODUKTET DHE SHËRBIMET²¹

Siç u theksua më parë, 6 nga gjithsej 63 persona juridikë nuk kanë një aktivitet ekonomik që gjeneron fitim, pra nuk ofrojnë mallra dhe shërbime me vlerë sociale në treg dhe nuk kategorizohen si ndërmarrje sociale. Duhet theksuar këtu se ndërmarrjet sociale kanë ende vështirësi për të njohur dhe përcaktuar aktivitetet e tyre ekonomike.

Disa prej tyre janë përgjigjur se nuk kanë aktivitete ekonomike që gjenerojnë të ardhura, për të treguar më tej shitjen e produkteve dhe shërbimeve dhe të ardhurat në tre vitet e fundit të funksionimit, që i klasifikon si ndërmarrje sociale. Për shkak të këtyre paqartësive, studimi sheh nevojën për edukim të mëtejshëm mbi aspektet ekonomike dhe financiare të funksionimit dhe menaxhimit të ndërmarrjeve sociale, për të dalluar qartë komponentët e tyre fitimprurëse dhe jofitimprurëse.

Nga 57 ndërmarrjet sociale të analizuar këtu, 14 (24.5%) prej tyre janë përgjigjur se shesin vetëm produkte, 23 (40.3%) se shesin vetëm shërbime, ndërsa 20 (35.2%) prej tyre shesin edhe produkte edhe shërbime (Figura 10).

FIGURA 10
SHITJA E PRODUKTEVE DHE SHËRBIMEVE



Duke marrë parasysh inovacionin dhe kreativitetin që ndërmarrjet sociale (duhet) të sjellin në treg, produktet dhe shërbimet e ofruara janë relativisht të larmishme. Disa nga shërbimet që ofrojnë ndërmarrjet sociale janë plotësuese, ndërsa disa janë të veçanta, në varësi të logjikës ekonomike dhe motiveve të secilës ndërmarrje sociale. Këtu, për një paraqitje më të lehtë dhe konsistente, produktet dhe shërbimet janë

20. Pyetja 12: Vallë sjellin përfitime aktivitetet tuaja dhe vallë ndikojnë drejtpërdrejt te të rinjtë?

21. Pyetja numër 7, 8 dhe 9: nëse keni aktivitete ekonomike që gjenerojnë të ardhura dhe vallë shisni ndonjë produkt dhe/ose shërbim? -figura 10

grupuar në 12 kategori, ndërsa në regjistrin e ndërmarrjeve sociale, produktet dhe shërbimet janë të disponueshme dhe të dukshme për çdo ndërmarrje sociale individualisht. Në pajtim me përgjigjet e pyetjeve, përcaktohen 12 kategori produktesh dhe shërbimesh dhe, në mënyrë përkatëse veprimtaritë në të cilat operojnë ndërmarrjet sociale (Figura 11).²²

FIGURA 11

Kategoritë e produkteve dhe shërbimeve të NS		Veprimtaria e NS
1	Shërbime psiko-terapeutike dhe këshillimore (psikoterapia, hipoterapia, etj.);	Mbështetje psiko-sociale dhe rehabilitim
2	Prodhimi i ushqimeve dhe pijeve organike (perime, fruta, ekstrakte, ilaçe natyrale, aromatizues, kozmetikë, etj.)	Prodhimi i ushqimit organik, produkteve organike dhe menaxhimi i mbetjeve organike
3	Prodhimi i plehrave organike dhe substrateve (biohumus, helme për pesticide, lëndë ushqyese për tokën, etj.);	Bujqësi organike dhe e qëndrueshme
4	Shërbime katering (akomodim, ushqim, katering, pije, aktivitete rekreative, etj.);	Turizëm gjithëpërfshirës dhe i qëndrueshëm
5	Shërbime edukative për fëmijë dhe të rinj (kurse, trajnime, seminare, gjuhë të huaja, soft skills, shfaqje, kurse për sipërmarrje sociale, etj.);	Edukim për fëmijë dhe të rinj
6	Shërbime edukative për të rinj dhe të rritur (Klasa gatimi, punishte për përpunimin dhe krijimin e mobileve, bravandreqës dhe zdrukthëtari etj.);	Edukim për të rinj dhe të rritur
7	Shërbime arsimore TIK për të rinjtë dhe fëmijët (kurse dhe trajnime për aftësi digjitale, dizajn, kompjuter, programim, etj.);	TIK-Edukim dhe digjitalizim
8	Shitje të sendeve artizanale dhe aksesoresh mode (dekorime, zbukurime, bizhuteri etj.);	Zejtari dhe ruajtja e traditës dhe kulturës
9	Shitja e revistave, gazetave, kartelave dhe mjeteve të tjera informative;	Veprimtari mediatike dhe informim
10	Shërbime për asistencë personale, kujdes dhe përkujdesje në shtëpi (të moshuar dhe persona të pamundur, persona me aftësi të kufizuara, etj.);	Shërbime sociale për kategoritë e rrezikuara të qytetarëve
11	Riciklimi dhe përzgjedhja e mbetjeve dhe materialeve të mbeturinave dhe shitja e veshjeve të përdorura dhe materiale të riparuar;	Menaxhimi i mbetjeve inorganike
12	Shërbime digjitale për punësimin dhe aftësitë e të rinjve	TIK dhe Marketing

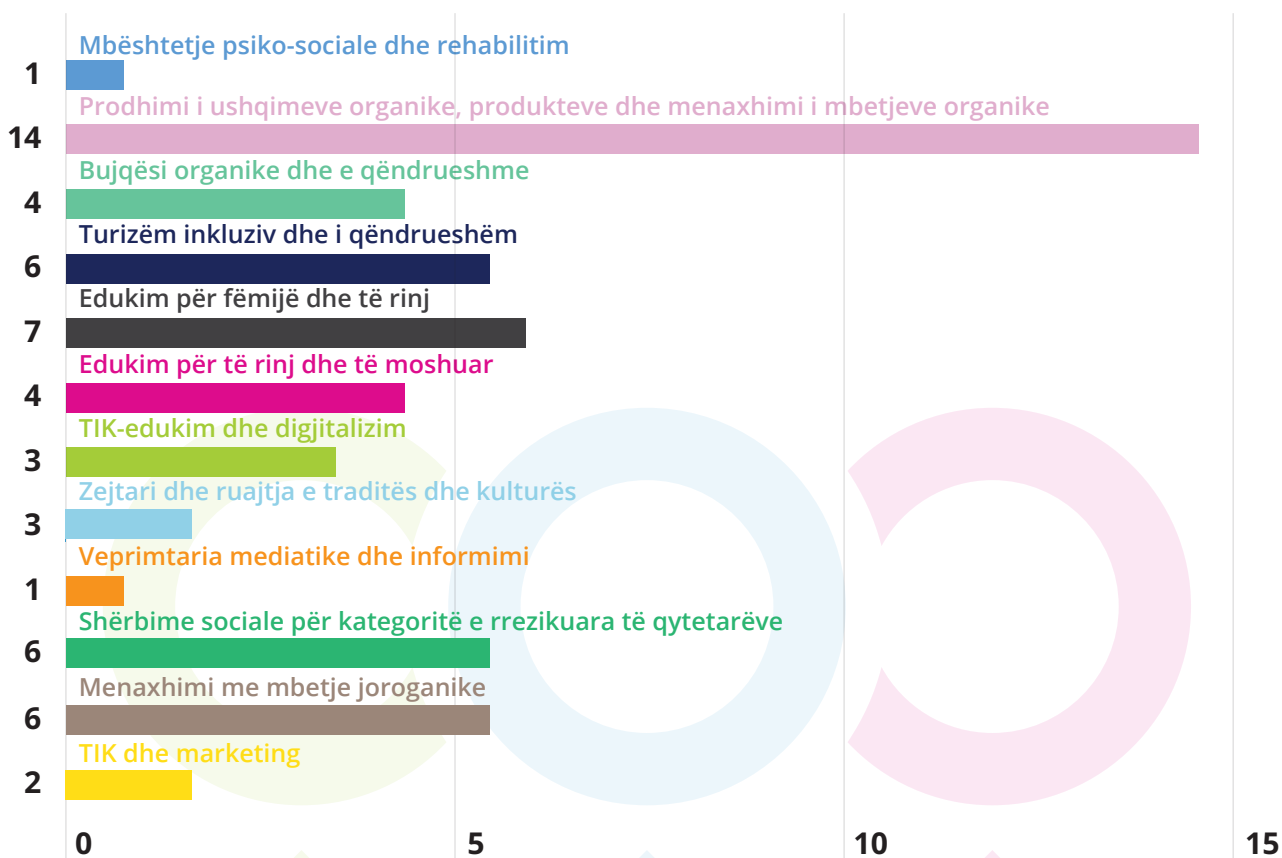
Bazuar në veprimtaritë e identifikuar, është bërë një analizë e mëtejshme e numrit të ndërmarrjeve sociale për të shqyrtuar veprimtaritë më të zakonshme në të cilat operojnë ndërmarrjet sociale. Veprimtaria më e njohur në të cilin operojnë madje 16 (28%) e ndërmarrjeve sociale është prodhimi i ushqimit organik, produkteve dhe menaxhimi i mbeturinave organike. Më tej, vijon veprimtaria e edukimit për fëmijë dhe të rinj në të cilën operojnë 7 ndërmarrje sociale (12%), pasuar nga veprimtaria e turizmit gjithëpërfshirës dhe të qëndrueshëm, shërbimet sociale për kategoritë e rrezikuara të qytet-

22. Прашање број 10 и 11: Краток опис на економските активности (производите и услугите кои ви носат приходи) и дејност на социјалното претпријатие – приказ 11 и 12

arëve dhe menaxhimi i mbetjeve inorganike me nga 6 ndërmarrje sociale (10.5%). Gjithashtu, ndërmjet 3-5 ndërmarrje sociale kanë aktivitete në TIK dhe marketing, zejtari dhe ruajtjen e traditës dhe kulturës, edukim për të rinjtë dhe të rriturit dhe bujqësinë organike dhe të qëndrueshme. Numri më i vogël i ndërmarrjeve sociale, në mënyrë përkatëse nga një (1.7%), punojnë në veprimtaritë mbështetje psiko-sociale dhe rehabilitim dhe veprimtaria mediatike dhe informim (Figura 12).

FIGURA 12

NUMRI I NS SIPAS VEPRIMTARISË



© TË ARDHURAT E NDËRMARRJEVE SOCIALE²³

Segmenti i të ardhurave të ndërmarrjeve sociale duhet të japë një përgjigje për të ardhurat totale të ndërmarrjeve sociale dhe të ardhurat e krijuara nga shitja e shërbimeve dhe/ose produkteve, gjegjësisht aktiviteti ekonomik i ndërmarrjeve sociale. Megjithatë, seksioni i të ardhurave rezultoi të ishte më sfiduesi për të mbledhur dhe analizuar të dhënat për disa arsye.

Së pari, disa nga ndërmarrjet sociale kishin vështirësi në dallimin dhe identifikimin e të ardhurave totale në lidhje me shitjet, kështu që studimi regjistroi përgjigje (shuma) identike për të dy segmentet. Për shembull, të ardhurat e OJQ-ve përmes projekteve dhe donacioneve (veprimtari joekonomike) korrespondojnë me sasinë e shitjeve dhe shërbimeve (aktiviteti ekonomik). Gjithashtu, disa nga ndërmarrjet sociale refuzuan në mënyrë eksplicite të japin të dhëna, duke i vlerësuar këto çështje si jo etike, pavarësisht se sipas ligjit raportet e tyre vjetore për punën financiare (duhet të jenë) transparente dhe të disponueshme për publikun. Në mënyrë të ngjashme, disa ndërmarrje sociale

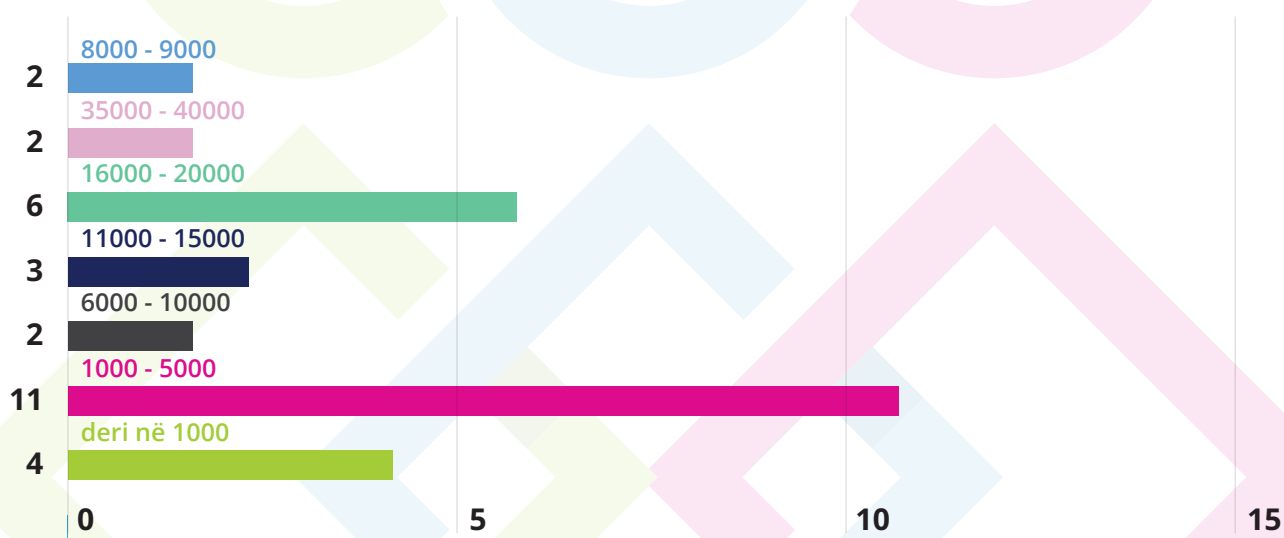
23. Pyetje: Sa të ardhura (grante, shitje, burime të tjera) keni krijuar në denarë në tre vitet e fundit - për secilin vit veç e veç dhe sa të ardhura keni krijuar nga shitja e shërbimeve/produkteve tuaja në tre vitet e kaluara - për çdo vit veçmas - figura 13

nuk kanë të dhëna të sakta për punën e tyre financiare, ose pyetësorët plotësohen nga punonjës që nuk kanë qasje në informacionet financiare. Së fundi, disa nga ndërmarrjet sociale, pavarësisht se kanë specifikuar se shesin produkte dhe shërbime në treg, nuk kanë dhënë përgjigje për shumën e saktë, e kanë lënë këtë fushë bosh, ose e kanë plotësuar këtë pjesë në mënyrë narrative, duke mos lënë asnjë hapësirë për analiza numerike.

Duke marrë parasysh këto sfida, duhet theksuar se këtu nuk mund të jepet një pasqyrë e saktë dhe e drejtë e shumës së të ardhurave të ndërmarrjeve sociale, por mund të jepen vetëm shënime të përgjithshme dhe të përafërta për sasinë e të ardhurave bazuar në të dhënat e shënuara saktë të 30 ndërmarrjeve sociale (52.6% e numrit të përgjithshëm).²⁴ Disa prej tyre kanë shënuar shuma mesatare agregate për tre vitet e fundit, ndërsa për ata që kanë shënuar të dhëna të veçanta për tre vitet e fundit (2019, 2020, 2021), shuma nga shitja e produkteve dhe shërbimeve është paraqitur në mënyrë të përgjithshme. Mund të shihet se për shumicën e tyre, në vitin 2020 dhe 2021, të ardhurat do të bien në mënyrë drastike si pasojë e ndikimit të pandemisë Kovid-19. Ky është rasti më i shpeshtë në përgjigjet narrative të ndërmarrjeve sociale në këtë pjesë, ku saktësohet se për shkak të pandemisë Kovid-19, të ardhurat e tyre në vitin 2020 dhe 2021 janë ulur në mënyrë drastike.

Nga numri i përgjithshëm, 4 ndërmarrje sociale janë përgjigjur se kanë të ardhura nga shitja e produkteve dhe shërbimeve në tre vitet e fundit deri në 1 000 euro (13.3%), 11 ndërmjet 1 000-5 000 euro (36.6%), 2 ndërmjet 6 000-10 000 EUR (6.7%), 3 ndërmjet 11 000-15 000 EUR (10%), 6 ndërmjet 16 000-20 000 EUR (20%), 1 ndërmjet 35 000-40 000 (3.3%), dhe 2 ndërmjet 80 000- 90 000 EUR (6.7%), (Figura 13).

FIGURA 13
TË ARDHURAT E NS -VE NË TRE VITET E FUNDIT (NË EUR)



Këto të dhëna tregojnë për fuqinë jashtëzakonisht të ulët ekonomike të ndërmarrjeve sociale dhe pjesëmarrjen e tyre të pa konsiderueshme në ekonominë maqedonase, për shembull, për dallim nga vendet e BE-së me ekonomi sociale të zhvilluar.²⁵ Sa për ilustrim, saktësisht gjysma e NS-ve që kanë ofruar të dhëna në tre vitet e fundit kanë të ardhura deri në 5000 euro, ndërsa vetëm 10 prej tyre kanë të ardhura më të larta se

24. Janë përgjigjur në mënyrë numerike dhe qartësisht i demarkuan të ardhurat e përgjithshme në raport me të ardhurat nga shitja e produkteve dhe shërbimeve ose specifikuan në mënyrë arbitrare një shumë.

25. Në nivel të BE-së, ka 2.8 milionë subjekte në ekonominë sociale ose 10% e të gjitha bizneseve në BE, të cilat punësojnë rreth 13.6 milionë njerëz ose 6.2% të numrit total të të punësuarve në BE. Më shumë në: <<https://bit.ly/3S39HNm>>

15000 euro. Edhe pse ky studim nuk thellohet në arsyet e të ardhurave të ulëta të ndërmarrjeve sociale të cilat lidhen me një sërë faktorësh, identifikon qartë nevojën për ngritjen e kapaciteteve plotësuese në pjesën e shitjes, pozicionim në treg, ndërtimin e partneritetit, marketing dhe promovim dhe fusha të tjera që do të sigurojnë të ardhura më të larta nga aktiviteti i tyre ekonomik. Nevojitet një analizë më e thellë në këtë segment për të përcaktuar me saktësi fushat dhe për të strukturuar mbështetjen e ardhshme edukative dhe financiare.²⁶

Nga ana tjetër, këto të dhëna flasin edhe për sfidat për qëndrueshmërinë financiare të ndërmarrjeve sociale. Në përgjithësi, ky nivel i të ardhurave nga shitja e produkteve dhe shërbimeve në raport me numrin e punonjësve, misionin social, aktivitetet për prodhimin e produkteve dhe shërbimeve, aktivitetet operacionale etj., supozon se shumica e tyre funksionojnë dhe e identifikojnë veten si ndërmarrje sociale pavarësisht se nuk kanë qëndrueshmëri financiare ose mbahen duke përdorur burime alternative financimi si donacione, grante, shërbime pro bono, kredi etj., të cilat nuk kontribuojnë në qëndrueshmërinë e tyre financiare në afat të gjatë.

Nga ana e tretë, investimi i donatorëve, gjegjësisht mbështetja e dhënë për zhvillimin e sipërmarrjes sociale, e cila është në trend në nivel evropian, është interesante për analiza plotësuese. Kështu në Maqedoninë e Veriut, një pjesë e madhe e ndërmarrjeve sociale u përgjigjën se si burim të ardhurash paraqiten programet dhe projektet e donatorëve të huaj dhe vendas që mbështesin punën e tyre operacionale dhe aktivitetet e tyre ekonomike, ndër të tjera, programi Erasmus+, Zyra Rajonale për Bashkëpunim Rinor (RICO), garat "Green Ideas dhe Social Impact Award", Fondi Global Ekologjik (GEF), por edhe subjektet vendore, si Fondi për Inovacion dhe Zhvillim Teknologjik (FIZhT), Qyteti i Shkupit, Agjencia për Punësim etj. Ky diversifikim i donatorëve në vendin tonë flet për rritjen e ndërgjegjësimit të tyre për sipërmarrjen sociale dhe përfitimet që ajo ofron në trajtimin e problemeve globale dhe lokale.

26. Për shembull, gjendja e përgjithshme e ekonomisë maqedonase, ekosistemi i sipërmarrjes sociale, mbështetje për udhëheqjen e një ndërmarrje sociale, pandemia Kovid-19, etj.

KONKLUZIONE

Nga studimi mund të nxirren disa konkluzione të rëndësishme:

- 1** Niveli i zhvillimit të sipërmarrjes sociale dhe pesha e saj në ekonominë e përgjithshme të vendit është në një nivel të palakmueshëm. Numri, madhësia dhe pjesa e tregut të punës së ndërmarrjeve sociale është e parëndësishme për t'u klasifikuar si aktorë kryesorë për përfshirjen sociale, mbështetjen e kategorive të rrezikuara të qytetarëve dhe ndryshimet e rëndësishme në komunitetet lokale. Hartëzimi identifikon gjithsej 57 ndërmarrje sociale në të gjithë vendin. Nëse shtohen 30 ndërmarrjet sociale të hartëzuara përmes desk-hulumtimit, ky numër do të arrinte ndërmjet 80 dhe 90 ndërmarrje sociale. Nga 57 ndërmarrjet sociale të hartëzuara, 43 prej tyre punësojnë dhe angazhojnë vetëm 271 persona, ose mesatarisht pak më pak se 5.
- 2** Ndërmarrjet sociale si subjekte ekonomike kanë shumë pak fuqi. Të dhënat e siguruara nga 30 ndërmarrje sociale thonë se gjysma e tyre në tre vitet e fundit nuk kanë realizuar të ardhura nga aktiviteti ekonomik më të lartë se 5 000 euro, gjë që vë seriozisht në pikëpyetje funksionimin e tyre financiar dhe qëndrueshmërinë afatgjatë. Kjo rezulton në përfundimin se sipërmarrësve/ sipërmarrëseve socialë/e, ndër të tjera, u mungojnë aftësitë sipërmarrëse, aftësitë e shitjes, marketingut dhe promovimit si më të rëndësishmet për suksesin financiar të çdo sipërmarrjeje sociale, për të cilat duhet një analizë më e detajuar për nevojat e tyre.
- 3** Pozitive në fushën e punësimit është se 91.5% e ndërmarrjeve sociale punësojnë të rinj nga kategoritë e rrezikuara, gjë që çon në përfundimin se ndërmarrjet sociale i trajtojnë të rinjtë si target grupin kryesor dhe si burim të rëndësishëm njerëzor. Numri më i madh i ndërmarrjeve sociale punësojnë vajza të reja, pasuar nga të rinjtë nga grupet e tjera të margjinalizuara dhe të rinjtë romë, ndërsa të rinjtë me aftësi të kufizuara dhe të rinjtë ish-vartës të lëndëve narkotike janë të punësuar/angazhuar në numrin më të vogël. Numri i përgjithshëm i të rinjve nga kategoritë e rrezikuara të punësuar apo të angazhuar në ndërmarrjet sociale është mjaft i vogël dhe arrin në 104. Megjithatë, të rinjtë përbëjnë 38.3% të të gjithë të punësuarve apo personave të angazhuar në ndërmarrjet sociale.
- 4** Lloji i subjekteve juridike nën të cilat operojnë ndërmarrjet sociale në përgjithësi reduktohet në organizata civile (59%) të regjistruara sipas Ligjit për shoqatat e qytetarëve dhe fondacione, dhe ndërmarrjet mikro dhe të vogla (35%) të regjistruara sipas Ligjit për shoqëritë tregtare. Pjesa tjetër prej 6% janë të regjistruar si fermerë dhe kooperativa, çka tregon për mosnjohjen e këtyre formave ligjore dhe shfrytëzimin e përfitimeve që ato ofrojnë, në kundërshtim me eksperiencat e BE-së. .
- 5** E dhënë pozitive është se numri i përgjithshëm i organizatave të shoqërisë civile, 42% janë organizata rinore dhe organizata për të rinj që punojnë si ndërmarrje sociale dhe fokusohen në përmirësimin e gjendjes dhe cilësisë së jetës së të rinjve. Nëse marrim në konsideratë numrin e 35 ideve të hartëzuara të drejtuara nga të rinjtë dhe/ose që përfshijnë të rinj, mund të konkludohet se potenciali i sipërmarrjes sociale rinore në vendin tonë është i madh.

6

Përveç formës juridike, përkatësisht llojit të personave juridikë, diversifikimi i pamjaftueshëm i ndërmarrjeve sociale vërehet edhe në lidhje me vendndodhjen, gjegjësisht zonën gjeografike të funksionimit. Përqindja më e madhe ose 44% e ndërmarrjeve sociale janë të vendosura në Shkup dhe Rajonin e Shkupit, pasuar nga Rajoni i Pellagonisë me 18%. Centralizimi i ndërmarrjeve sociale në dhe rreth Shkupit presupozon dukshëm më pak përfshirje sociale dhe mbështetje për kategoritë e rrezikuara të qytetarëve jashtë Rajonit të Shkupit.

7

Ndërmarrjet sociale kanë misione të gjera sociale që duket se nuk korrespondojnë plotësisht me përfshirjen dhe mbështetjen aktuale që ato ofrojnë. Për ilustrim, edhe pse numri më i madh i tyre (19%) janë themeluar për të mbështetur personat me aftësi të kufizuara, të rinjtë e kësaj kategorie janë ndër më të rrallët që janë të angazhuar apo të punësuar. Po kështu, misioni i vetëm 7% është përfshirja dhe mbështetja e grave (rurale) dhe statistikisht janë kategoria më e madhe e qytetarëve që janë të punësuar dhe të angazhuar në ndërmarrje sociale. E gjithë kjo na çon në përfundimin se shumica e ndërmarrjeve sociale duhet të ripërcaktojnë dhe përshtatin misionin e tyre social. Është interesante të theksohet se misioni social i gjelbër (arsimimi dhe mbrojtja e mjedisit, lufta kundër ndryshimeve klimatike, ndotjes etj.) në një pjesë të madhe imponohet si mision më i gjerë apo dytësor

8

Produktet dhe shërbimet që ofrojnë ndërmarrjet sociale duket se janë mjaft të diversifikuara duke marrë parasysh madhësinë e tregut. Numri më i madh i ndërmarrjeve sociale, ose 23 prej tyre, shesin vetëm shërbime, 14 shesin vetëm produkte dhe 20 shesin edhe produkte edhe shërbime, të cilat ky studim i klasifikon përkatësisht në 12 kategori dhe 12 aktivitete. Më i popullarizuar është prodhimi i ushqimit organik, produkteve dhe menaxhimi i mbetjeve organike (28%), i ndjekur nga arsimi për fëmijët dhe të rinjtë (12%) dhe turizmi gjithëpërfshirës dhe i qëndrueshëm, shërbimet sociale për kategoritë në rrezik të qytetarëve dhe menaxhimi me mbetjet inorganike (pas 10.5%). Numri më i vogël i ndërmarrjeve sociale, nga ana tjetër, punojnë në aktivitetet e mbështetjes dhe rehabilitimit psiko-social dhe aktivitetit dhe informimit mediatic.

9

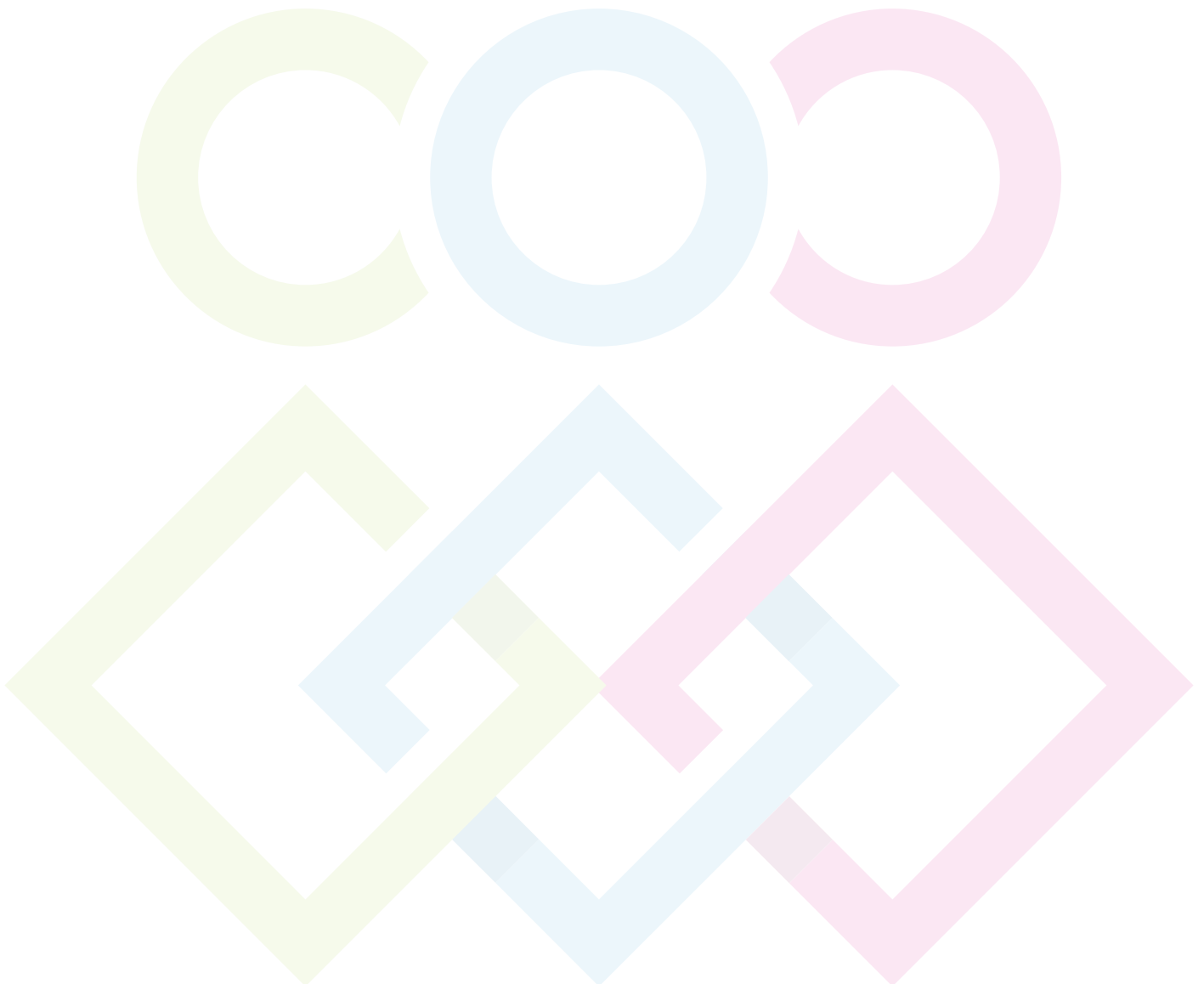
Mungesa e rregullimit dhe definicionit ligjor për ndërmarrjet sociale, si dhe vetëdija dhe njohuria e pamjaftueshme për sipërmarrjen sociale, paraqet sfidë për çdo hulumtim në këtë temë. Është gjithashtu një sfidë për vetë sipërmarrësit/et sociale që të njohin ndërmarrjet e tyre sociale, t'i diferencojnë ato nga format e tjera, etj. Megjithatë, si sfidë më e madhe shfaqet në operacionet financiare, pra njohja financiare e disa prej sipërmarrësve socialë. Një pjesë e madhe e tyre shfaqin mosnjohje të aktiviteteve të tyre ekonomike dhe diferencim nga ata joekonomikë, e disa prej tyre nuk tregojnë hapje dhe bashkëpunim të mjaftueshëm në lidhje me financat e tyre. Me fjalë të tjera, ata kanë pak njohuri për operacionet financiare dhe rregullat për llogaridhënie dhe transparencë. E njëjta gjë mund të thuhet për bashkëpunimin gjatë gjithë procesit të hartëzimit duke marrë para sysh mungesën e vullnetit për pjesëmarrje të një numri të madh të ndërmarrjeve sociale, pavarësisht përpjekjeve të shumta për bashkëpunim si çelës për arritjen e suksesit të përbashkët dhe rritjen dhe zhvillimin e sipërmarrjes sociale në Maqedonia e Veriut.

REKOMANDIME

Bazuar në të lartpërmendurën, ky studim ofron rekomandimet e mëposhtme për institucionet, donatorët, organizatat e shoqërisë civile, rrjetet dhe aktorët e tjerë aktivë në fushën e sipërmarrjes sociale:

- Të sigurohet mbështetje aktive dhe kushte për themelimin e ndërmarrjeve të reja sociale ose vendosjen e produkteve dhe shërbimeve jashtë Shkupit dhe Rajonit të Shkupit, veçanërisht në zonat rurale;
- Të mbështet krijimi i ndërmarrjeve të reja sociale nga të rinjtë dhe të mbështet zbatimi i ideve për ndërmarrjet sociale sipas potencialit dhe perspektivës së ekosistemit për sipërmarrje sociale;
- Të motivohet krijimi dhe regjistrimi i subjekteve juridike përveç organizatave dhe ndërmarrjeve civile, si kooperativat, fermerët etj., të cilat mund të kontribuojnë në ekonominë sociale me vëllim (të ardhura më të larta, punësim, prodhim masiv, etj.);
- Të mbështeten punësime të reja të të rinjve (dhe personave të tjerë nga kategoritë e rrezikuara) në ndërmarrjet sociale përmes mbështetjes aktive financiare ose granteve që do të sigurojnë krijimin e vendeve të reja të punës;
- Të mbështeten punësime të reja të të rinjve në ndërmarrjet sociale nga kategoritë më pak të përfaqësuara si personat me aftësi të kufizuara, ish vartës të lëndëve narkotike, të rinjtë nga komuniteti LGBTI etj.;
- Të mbështetet prodhimi i mallrave dhe shërbimeve inovative në aktivitete të reja me synim diversifikimin e mëtejshëm, por edhe aktivitete më pak të përfaqësuara si mbështetja dhe rehabilitimi psiko-social, riintegrimi në punë, media etj.;
- Të ndërtohen kapacitetet e ndërmarrjeve sociale në lidhje me misionin dhe vizionin e tyre social për barazimin e aktiviteteve të tyre me qëllimet strategjike dhe qëndrueshmërinë afatgjatë të ndikimit tek përdoruesit dhe klientët e tyre;
- Të ndërtohen kapacitetet e ndërmarrjeve sociale për sipërmarrje, shitje, marketing dhe promovim për të rritur të ardhurat nga aktiviteteve të tyre ekonomike;
- Të ndërtohen kapacitetet e ndërmarrjeve sociale për rrjetëzimin, hapjen, bashkëpunimin dhe promovimin e vlerave dhe kulturës së bashkëpunimit me të gjitha palët e interesuara në ekosistemin për sipërmarrje sociale

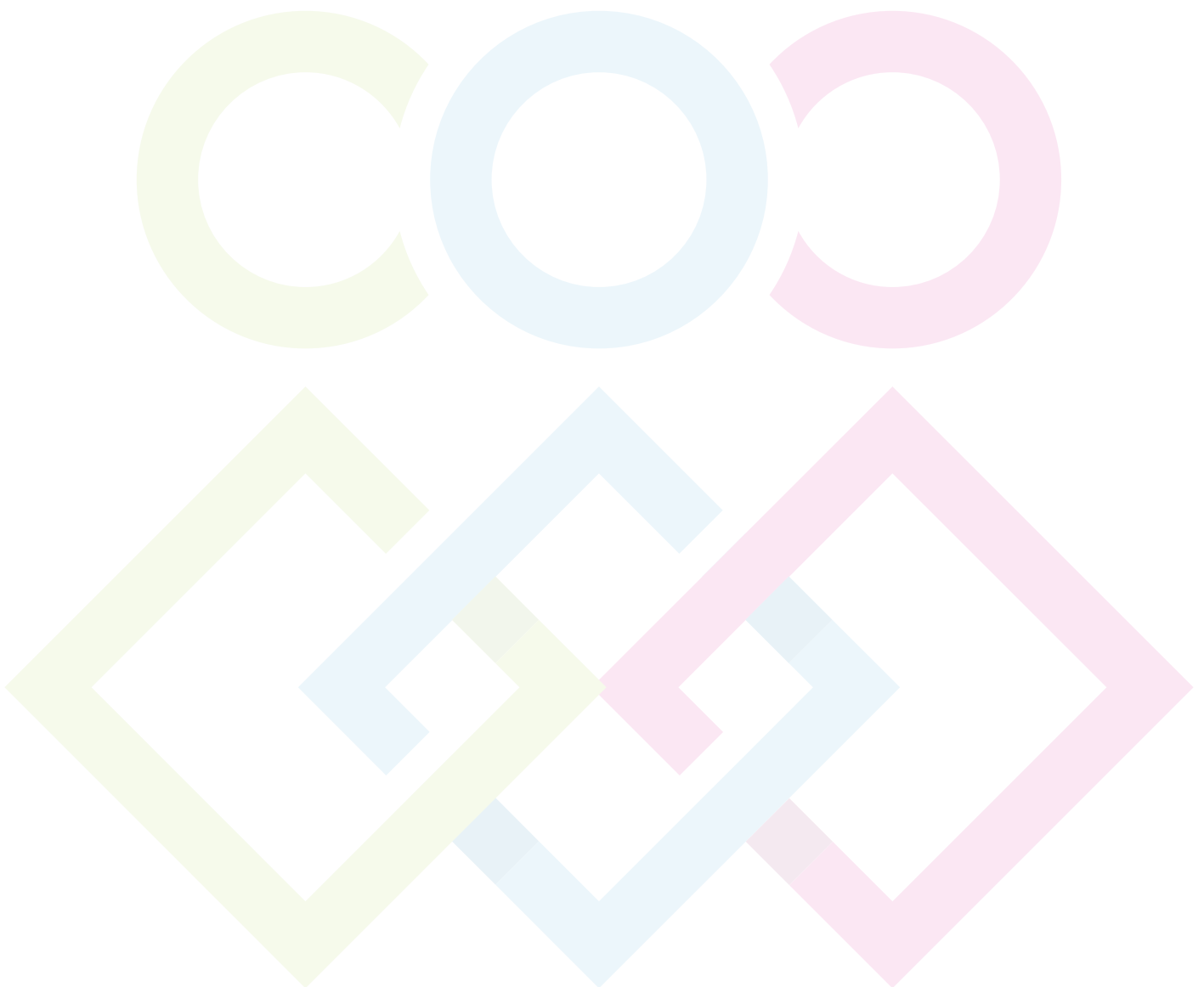
- Të ndërtohen kapacitetet e ndërmarrjeve sociale për operacione financiare, aktivitete ekonomike dhe transparencë e llogaridhënie si subjekte juridike që promovojnë vlera dhe praktika të rëndësishme në shoqëri;
- Të vendoset, sa më shpejt që të jetë e mundur, kuadri ligjor dhe përcaktimi i ndërmarrjeve sociale (rinore) për edukimin e mëtejshëm dhe ndërgjegjësimin e vetë sipërmarrësve socialë dhe rritjen e dukshmërisë së tyre;
- Të bëhet një analizë më e thellë e nevojave të ndërmarrjeve sociale dhe llojit të mbështetjes së nevojshme për ngritjen e kapaciteteve të tyre, veçanërisht aspektet ekonomike dhe financiare të funksionimit (aftësitë sipërmarrëse, shitjet, marketingu, menaxhmenti, etj.);
- Të bëhet një analizë më e thellë e nevojave e të rinjve për themelimin e ndërmarrjeve të reja sociale, veçanërisht mbështetjen financiare, arsimore dhe teknike të nevojshme për realizimin e ideve për ndërmarrjet sociale;
- Të bëhet një analizë e veçantë e ndikimit të krizës Covid-19 në funksionimin e përgjithshëm të ndërmarrjeve sociale dhe identifikimi i llojit të mbështetjes që nevojitet për të kapërcyer efektet negative të Covid-19;



LITERATURA E PËRDORUR

- Ana Filipovska, Analiza e nevojave për zhvillimin e ndërmarrjeve sociale në Republikën e Maqedonisë, HERA, 2017. Në dispozicion në: <<https://bit.ly/3OB-w8Xa>>
- Shoqata "Pablik", Analiza e kapaciteteve të ndërmarrjeve sociale në Maqedoninë e Veriut, 2019. Në dispozicion në: <<https://bit.ly/3PBYQbr>>
- Komisioni Evropian, Ekonomia Sociale në Bashkimin Evropian, 2022. Në dispozicion në: <<https://bit.ly/3S39HNm>>>
- Fondacioni Friedrich Ebert, Analizë e kushteve dhe sfidave për zhvillimin e sipërmarrësisë sociale në Republikën e Maqedonisë, 2016. Në dispozicion në: <<https://bit.ly/3b6VOx0>>.
- Ligji për pjesëmarrjen rinore dhe politikatat rinore të R. e Maqedonisë së Veriut (G. Zyrtare e R.M. nr: 10/2020, datë 16.1.2020). Në dispozicion në: <<https://bit.ly/3oz6veW>>
- Ligji për shoqata të qytetarëve dhe fondacione, ("Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr. 31/98 i datës 2.7.1998).
- Ligji për shoqëritë tregtare ("Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr. 28/2004; 84/2005; 25/2007; 87/2008; 42/2010; 48/2010; 24/2011; 166/2012; 70/2013; 119/2013; 120/2013; 187/2013; 38/2014; 41/2014; 138/2014; 88/2015; 192/2015, 6/2016 dhe 61/2016).
- Ligji për marrëdhëniet e punës ("Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr. 62/2005;106/2008; 161/2008; 114/2009; 130/2009; 149/2009; 50/2010; 52/2010; 124/2010; 47/2011;11/2012; 39/2012; 13/2013; 25/2013; 170/2013; 187/2013; 113/2014; 20/2015; 33/2015; 72/2015; 129/2015 dhe 27/2016).
- Ligji për kooperativat bujqësore (Gazeta Zyrtare e RM-së, nr.23, datë 14.2.2013, nr. 51, datë 31.3.2015, nr.193, datë 6.11.2015 dhe nr.39 datë 29.2.2016)
- Ligji për kryerjen e veprimtarisë bujqësore ("Gazeta Zyrtare e RM-së" 11/2002; 89/2008; 116/2010; 53/2011; 39/16)
- Zdravko Veljanov, Nga një kornizë më e mirë ligjore në një klasë në rritje të sipërmarrësve socialë në Maqedoni, Qendra për Hulumtim dhe Krijimin e politikave, 2017. Në dispozicion në: <<https://bit.ly/3z655xk>>
- Ministria e Punës dhe Politikës Sociale, Regjistri i Ofruesve të Shërbimeve Sociale, 2022. Në dispozicion në: <<https://www.mtsp.gov.mk/registri.nsp>>

- Strategjia kombëtare për zhvillimin e ndërmarrjeve sociale në Republikën e Maqedonisë së Veriut (2021-2024), Ministria e Punës dhe Politikës Sociale, 2021. Në dispozicion në: <<https://bit.ly/3zxXUPZ>>
- Association for Democratic Prosperity – Zid, Supporting Youth Social Entrepreneurship in the Western Balkans and Europe, 2021. Në dispozicion në: <<https://bit.ly/3BhzFqB>>
- Regional Incubator for Social Enterprises (RISE), Regional Study and Guidelines on Social Entrepreneurship in the Western Balkans, 2020. Në dispozicion në: <<https://bit.ly/3Bhkb5J>>
- Klimentina Ilijevski and Aleksandra Iloska, Social Enterprises and their Ecosystems in Europe, Country fiche-FYROM, 2018. Në dispozicion në: <<https://bit.ly/3Q2DNil>>
- Mladiinfo International, Social Economy as a Main Driver of Economic and Social Development in the Western Balkans and Visegrad Region, 2020. Në dispozicion në: <<https://bit.ly/3PXQStb>>





ANALIZË PËR NEVOJAT

E NDËRMARRJEVE SOCIALE
DHE IDEVE PËR NDËRMARRJE
SOCIALE NË MAQEDONINË
E VERIUT

Analiza për nevojat e ndërmarrjeve sociale në Maqedoninë e Veriut (Analizë) është përgatitur për nevojat e Këshillit Rinor Nacional të Maqedonisë (KRNRM) në kuadër të projektit Ndërmarrësia sociale për punësimin e të rinjve - Social Entrepreneurship for Youth Employment financuar nga Bashkimi Evropian (BE), në periudhën qershor, korrik, gusht dhe shtator 2022.

Analiza është një vazhdim cilësor i hulumtimit për nevojat dhe kapacitetet e ndërmarrjeve sociale dhe ideve operative për ndërmarrjet sociale, siç e keni lexuar në faqet e mëparshme. Analiza bazohet në hulumtimin parësor cilësor me ndërmarrjet sociale të përcaktuara dhe në idetë për ndërmarrjet sociale, si dhe aktorë të tjerë relevantë në ekonominë sociale në Maqedoninë e Veriut. Anketa përbëhet nga intervista online, fokus grupe dhe pyetësorë që vlerësojnë situatën dhe nevojat e tyre aktuale në fusha kyçe si financat, burimet njerëzore, misioni social, qeverisja, rrjetëzimi dhe fusha të tjera përkatëse. Duke analizuar nevojat, kapacitetet dhe sfidat e ndërmarrjeve sociale, si dhe potencialin e ideve të ndërmarrjeve sociale, analiza jep përfundime dhe rekomandime për aktorët përkatës nga ekosistemi i sipërmarrësisë sociale për strukturimin e mëtejshëm të komponentëve të ngritjes së kapaciteteve dhe sigurimin e mbështetjes aktive.

Duke marrë parasysh diversitetin dhe kompleksitetin e nevojave të ndërmarrjeve sociale dhe ideve për ndërmarrjet sociale, analiza vjen në konstatimin se si ndërmarrjet sociale ekzistuese ashtu edhe ato të ardhshme kanë nevoja të përbashkëta që kanë të bëjnë kryesisht me financat dhe "njohuritë dhe aftësitë sipërmarrëse për të drejtuar ndërmarrjet". Nga këtu del përfundimi se ndërmarrjet sociale të bazuara në përmbajtje kanë nevojë për aftësi dhe njohuri shtesë për zhvillimin dhe zbatimin e planeve të tyre të biznesit, menaxhimin financiar, shitjet, marketingun dhe promovimin, komunikimin, rrjetëzimin dhe bashkëpunimin me palët përkatëse të interesit në sipërmarrësinë sociale. Në të njëjtën kohë, theksohet nevoja për ndihmë konsultuese dhe mentoruese nga sipërmarrësit ekzistues, apo individët që kanë kaluar tashmë në procesin e krijimit dhe drejtimit të një ndërmarrjeje. Për sa i përket formës, mbështetja mentoruese dhe këshilluese nga sipërmarrës të tjerë socialë apo ekspertë të fushës së sipërmarrësisë sociale, apo trajnimet e strukturuar që ofrojnë njohuri praktike dhe të zbatueshme, aftësi dhe përvoja specifike, konsiderohen si më të nevojshmet.

Krahas mbështetjes arsimore dhe financiare, ndërmarrjet sociale dhe idetë për ndërmarrje sociale kanë nevojë për mbështetje tekniko-teknologjike, e cila zakonisht i referohet vendndodhjes (lokaleve), tokës, pajisjeve, makinerive, digjitalizimit etj. Ata i shohin institucionet shtetërore, komunat dhe komunitetin e biznesit si aktorët kryesorë në ofrimin e kësaj mbështetjeje. Ngjashëm me gjetjet e Studimit Kryesor dhe kërkimeve të tjera, një pjesë e nevojave të ndërmarrjeve sociale ekzistuese dhe të ardhshme do të plotësoheshin duke krijuar një kornizë ligjore aftësuese që do t'u siguronte atyre statusin dhe përfitimet e ndërmarrjeve sociale dhe do t'i ndihmonte në qëndrueshmërinë dhe qëndrueshmërinë e tyre dhe elasticiteti në afat të gjatë.

Analiza përbëhet nga gjashtë pjesë. Pjesa e parë ofron informacion bazë dhe objektivat e analizës. Pjesa e dytë shpjegon metodologjinë e përdorur dhe sfidat në e zhvillimit. Pjesa e tretë dhe e katërt analizojnë nevojat e ndërmarrjeve sociale dhe idetë për ndërmarrjet sociale, ndërsa pjesa e pestë dhe e gjashtë japin konkluzionet e përmbledhura dhe rekomandimet për ngritjen e mëtejshme të kapaciteteve dhe krijimin e kushteve mundësuese për themelimin, rritjen dhe zhvillimin e ndërmarrjeve sociale në shtetin tonë.



MBI ANALIZËN E NEVOJAVE TË NDËRMARRJEVE SOCIALE

Analiza synon të identifikojë nevojat, kapacitetet dhe sfidat aktuale të ndërmarrjeve sociale dhe t'i përmbledhë ato në konkluzione dhe rekomandime konkrete për ngritjen e mëtejshme të kapaciteteve dhe sigurimin e mbështetjes për ndërmarrjet sociale. Ajo ofron të dhëna dhe informacione të detajuara cilësore për ndërmarrjet sociale që janë me përfitim të drejtpërdrejtë për të gjithë aktorët dhe palët e interesuara në ekosistemin e sipërmarrjes sociale si institucionet, donatorët, komuniteti i biznesit, investitorët privatë, organizatat joqeveritare, inkubatorët, përsheptuesit, rrjetet e ndërmarrjeve sociale, etj.

Analiza paraqet një hulumtim cilësor mbi nevojat reale dhe aktuale të ndërmarrjeve sociale për nivelin e funksionimit të përditshëm, si dhe nevojat e tyre për rritje dhe zhvillim ekonomik. Në veçanti, ajo analizon ndërmarrjet sociale për sa i përket misionit të tyre social, aftësive të punonjësve, formës dhe përmbajtjes së mbështetjes, ndikimit social, mjedisit mundësues dhe segmenteve të tjera kyçe. Përkatësisht, analiza vlerëson dhe jep udhëzime për mbështetjen e nevojshme nga ndërmarrjet sociale në fushat e financës, inovacionit dhe teknologjisë, trajnimit dhe zhvillimit të burimeve njerëzore, menaxhimit, rrjetëzimit dhe bashkëpunimit, mbështetje nga ekosistemi ekzistues sipërmarrës, ndërgjegjësimi për sipërmarrësi sociale etj.

Me fjalë të tjera, analiza synon të zbulojë gjendjen e ekosistemit të sipërmarrësisë sociale nëpërmjet kontributit të drejtpërdrejtë të vetë ndërmarrjeve sociale dhe t'u përgjigjet disa pyetjeve të rëndësishme për të gjithë ekosistemin e sipërmarrësisë sociale. Çfarë mund të mësohet nga të gjitha sistemet mbështetëse të zbatuara deri më tani? Çfarë është e dobishme dhe çfarë nuk nevojitet më? A nevojiten vegla të reja, formate takimesh/shitjesh/promovimi? A janë ndërmarrjet sociale të qarta dhe të zëshme për atë që bëjnë? Çfarë duhet mësuar dhe çfarë duhet të çmësohet? Çfarë nevojitet për suksesin e përbashkët dhe ndikimin e qëndrueshëm social të ndërmarrjeve sociale? Çfarë nevojitet për të ndërtuar një ekosistem të ndërmarrjeve sociale të suksesshme?

Analiza bazohet në hulumtimin parësor me një pjesë të ndërmarrjeve sociale të përcaktuara në Studimin themelor dhe të regjistruara në regjistrin e parë të ndërmarrjeve sociale në vendin tonë.¹ Në një farë kuptimi, analiza paraqet një vazhdim logjik të Studimit themelor, i cili hodhi "themelet teknike" për zbatimin e tij përmes hartëzimit dhe regjistrin të ndërmarrjeve sociale, që numëron 57 ndërmarrje sociale, dhe hartëzimit të ideve operacionale për ndërmarrjet sociale. Analiza ndjek rekomandimet e Studimit themelor dhe eksploron më thellë segmentet e treguara për sa i përket kapaciteteve të ndërmarrjeve sociale, burimeve njerëzore, teknike, financiare dhe të tjera dhe nevojave të tyre duke pasur parasysh sfidat dhe efektet negative të pandemisë Covid-19.

1. Ibid.

Analiza është gjithashtu e frymëzuar nga gjetjet e hulumtimeve të mëparshme mbi sipërmarrjen sociale, të cilat, si Studimi themelor, tregojnë fuqinë e ulët ekonomike dhe ndikimin socio-ekonomik të ndërmarrjeve sociale në kategoritë e cënueshme të qytetarëve dhe komuniteteve lokale.² Përkatësisht, këto hulumtime tregojnë për domosdoshmërinë dhe urgjencën e mbështetjes shtesë dhe ngritjes së kapaciteteve të ndërmarrjeve sociale për krijimin e subjekteve ekonomikisht të qëndrueshme (rritje e shitjeve të produkteve dhe shërbimeve, qëndrueshmëri më e mirë financiare, më shumë punësim, etj.) dhe rritjen e ndikimit të tyre social ekonomik në shoqëri (zgjidhja e problemeve sociale, ndihma dhe mbështetja e personave nga kategoritë e rrezikuara, ndërgjegjësimi për ekonominë sociale dhe vlerat e solidaritetit, etj.).³ Kjo është arsyeja pse pasqyra e kushteve dhe kapaciteteve të ndërmarrjeve sociale ekzistuese që ofron kjo analizë është vendimtare në ndërtimin dhe rritjen e mëtejshme të këtij ekosistemi të sipërmarrësisë sociale.

Ajo që e dalloi këtë analizë nga studimet e tjera është, së pari, shtrirja e saj. Analiza përfshin të gjitha rajonet planifikuese të vendit tonë dhe jep një pasqyrë të përgjithshme të nevojave të ndërmarrjeve sociale pavarësisht sektorit, veprimtarisë, rajonit apo³ formës ligjore (shoqatat e qytetarëve, ndërmarrjet, artizanët, kooperativat dhe forma të tjera). Për më tepër, analiza është pjesë e një procesi kërkimor inkluziv dhe gjithëpërfshirës që përfaqëson një entitet tematik dhe ofron pasqyrën e plotë të ndërmarrjeve sociale në vendin tonë përmes hartëzimit të ndërmarrjeve sociale, krijimit të një regjistri të ndërmarrjeve sociale dhe identifikimin e nevojave të ndërmarrjeve sociale. Duke ndjekur qasjen “nga poshtë-lart” (bottom-up approach), analiza jep pamjen reale të sipërmarrjes sociale duke tërhequr drejtpërdrejt informacione dhe të dhëna nga vetë ndërmarrjet sociale dhe aktorët dhe palët e tjera të interesit. Gjithashtu, analiza është kryer në kulmin e krizës ekonomike globale dhe si rrjedhojë, identifikon nevojat e reja dhe/ose të ripërcaktuara të ndërmarrjeve sociale në përputhje me situatën në zhvillim e shkakuar nga pandemia Covid-19.

Krahas identifikimit të nevojave të ndërmarrjeve sociale tashmë ekzistuese, analiza ofron edhe të dhëna bazë për idetë operative për ndërmarrjet sociale, të cilat përkufizohen si iniciativa të individëve, grupeve të qytetarëve apo personave juridikë për themelimin e ndërmarrjeve sociale.⁴ Qëllimi i analizës së nevojave dhe ideve për ndërmarrjet sociale është të përcaktojë se cilat janë sfidat dhe nevojat për realizimin konkret të ideve, përkatësisht fillimin e punës së ndërmarrjeve sociale. Duke marrë parasysh numrin e ideve operacionale të vëzhguara nga Studimi themelor dhe potencialin e tyre, ngjashëm me ndërmarrjet sociale, analiza përcakton nevojën për llojet dhe formatin e mbështetjes së kërkuar. Dhe këtu, si objekt analize, shfaqen disa nga idetë e hartuara për ndërmarrjet sociale nga Studimi themelor, gjithsej 40 në numër (nga të cilat 35 janë ndërmarrje sociale potenciale rinore), të udhëhequra nga rekomandimet e Studimit themelor për kërkime më të thelluara mbi kushtet e nevojshme dhe mbështetje për shfrytëzimin e potencialit të tyre.⁵

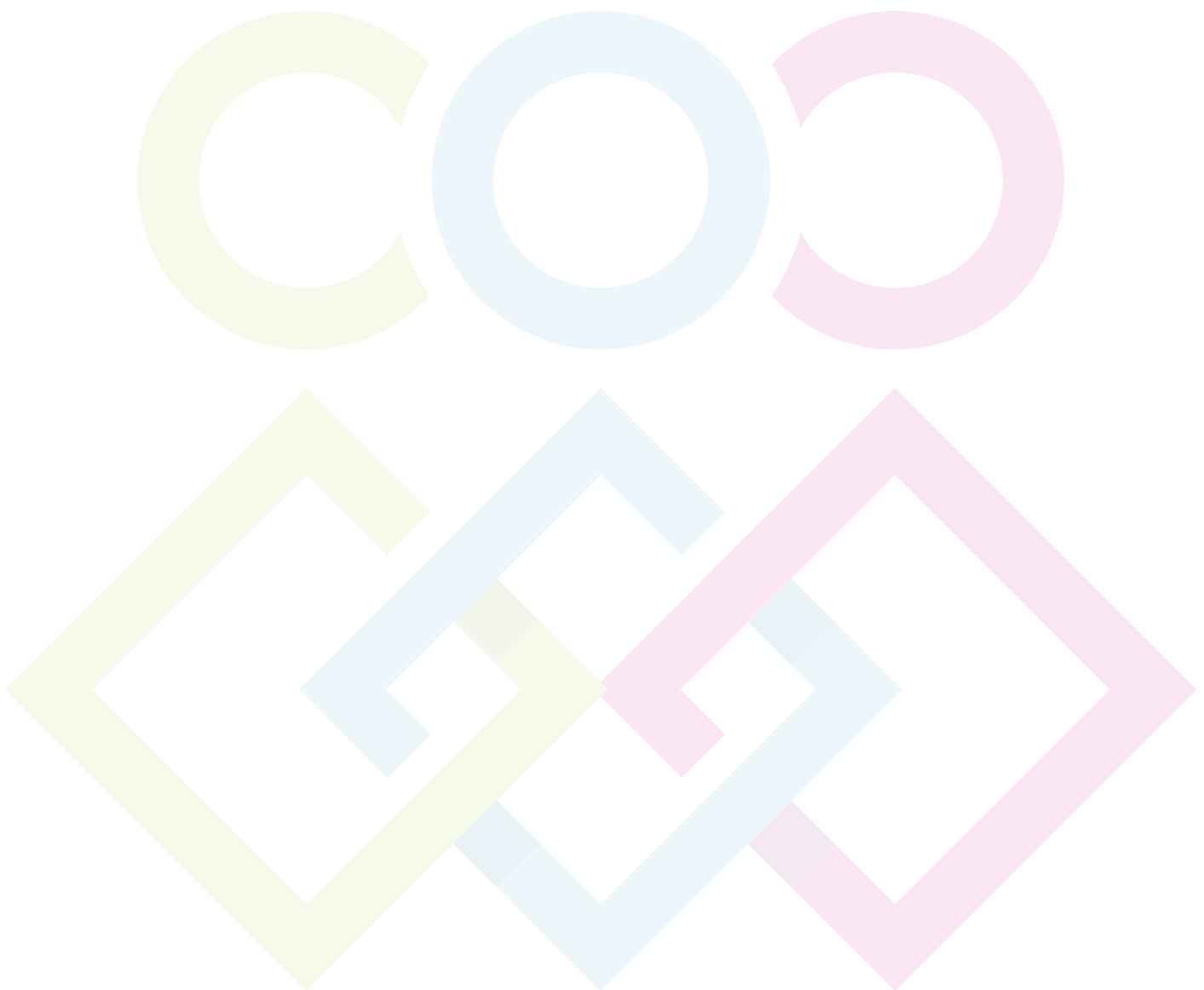
2. Sipas Studimit zazë për Ndërmarrjet Sociale në Maqedoninë e Veriut, ndërmarrjet sociale të identifikuar punësojnë vetëm 271 persona, dhe gjysma e ndërmarrjeve sociale që kanë dhënë informacione nuk kanë gjeneruar të ardhura nga aktiviteti ekonomik mbi 5000 euro në tre vitet e fundit. Shih më shumë në Marjan Icoski, Olga Rajçiq, Studimi bazë për Ndërmarrjet Sociale në Maqedoninë e Veriut.

3. Shih: Ana Filipovska, Analiza e nevojave për zhvillimin e ndërmarrjeve sociale në Republikën e Maqedonisë, HERA, 2017; Fondacioni Friedrich Ebert, Analizë e kushteve dhe sfidave për zhvillimin e sipërmarrësisë sociale në Republikën e Maqedonisë, 2016; Zdravko Veljanov, Nga një kornizë më e mirë ligjore në një klasë në rritje të sipërmarrësve sociale në Maqedoni, Qendra për Promovimin e Shoqërisë Civile, 2017; Shoqata "Publik", Analiza e kapaciteteve të ndërmarrjeve sociale në Maqedoninë e Veriut, 2019; Regional Incubator for Social Enterprises (RISE), Regional Study and Guidelines on Social Entrepreneurship in the Western Balkans, 2020; Klimentina Ilijevski and Aleksandra Iloska, Social Enterprises and their Ecosystems in Europe, Country fiche-FYROM, 2018; Association for Democratic Prosperity – Zid, Supporting Youth Social Entrepreneurship in the Western Balkans and Europe, 2021; Mladiinfo International, Social Economy as a Main Driver of Economic and Social Development in the Western Balkans and Visegrad Region, 2020 dhe të tjerë.

4. Për shembull, ekipet që kanë kaluar nëpër disa programe për sipërmarrje sociale në Maqedoninë e Veriut (RISE, Green Ideas, Upshift, SIA, etj.), janë ose në fazën e zhvillimit të një plani biznesi, ose në testimin e produkteve dhe shërbimeve, ose në proces të hapjes së një subjekti juridik etj. Me fjalë të tjera, idetë operacionale tashmë punojnë drejt konkretizimit në ndërmarrjet sociale ose tashmë janë në fazën e regjistrimit të një personi juridik. Shih më shumë në Marjan Icoski, Olga Rajçiq, Studimi bazë për Ndërmarrjet Sociale në Maqedoninë e Veriut.

5. Marjan Icoski, Olga Rajçiq, Studimi bazë për Ndërmarrjet Sociale në Maqedoninë e Veriut.

Krahas kësaj, analiza synon të jetë një burim i rëndësishëm për procesin e vazhdueshëm të krijimit të një kuadri ligjor për ndërmarrjet sociale që duhet t'i njohë ato si të tilla dhe të krijojë një mjedis të favorshëm për punën, rritjen dhe zhvillimin e tyre, si dhe të frymëzojë dhe inicojë krijimin e ndërmarrjeve të reja sociale. Nevojat e identifikuar dhe fushat e përcaktuara mund dhe duhet të shërbejnë për ngritjen e mëtejshme të kapaciteteve të ndërmarrjeve sociale, por edhe ideve të ndërmarrjeve sociale si subjekte potencialisht të reja, ato mund të shërbejnë si referencë për “frymën” e ligjit që do të ofrojë rregullativën sipas nevojave të tyre, dhe të cilat do të njohin ligjërisht vlerën dhe statusin e ndërmarrjeve sociale si një nga aktorët kryesorë për përmirësimin e kushteve të jetesës së kategorive të personave të rrezikuar dhe forcimin e qendrueshmërisë së komuniteteve lokale.



METODOLOGJIA

Analiza bazohet në përpunimin cilësor të burimeve primare të të dhënave të marra në muajt korrik dhe gusht 2022. Si mostër, analiza përfshiu disa nga ndërmarrjet sociale dhe idetë për ndërmarrjet sociale që më parë ishin hartuar dhe futur në regjistrin e ndërmarrjeve sociale dhe përmbledhur në Studimin themelor. Në total, 57 ndërmarrje sociale dhe 40 ide për ndërmarrje sociale u kontaktuan dhe u ofruan të merrnin pjesë në një nga aktivitetet për mbledhjen e të dhënave.⁶ Autorët e vënë theksin e veçantë në përfaqësimin e barabartë gjeografik duke përfshirë ndërmarrjet sociale nga të tetë rajonet planore në shtetin tonë. Për më tepër, analiza mori parasysh përfaqësimin e balancuar të formave/subjekteve të ndryshme ligjore nën të cilat operojnë ndërmarrjet sociale. Kështu u përfshinë organizatat joqeveritare, organizatat rinore dhe organizatat për të rinjtë, ndërmarrjet, kooperativat dhe artizanët që janë pjesë e regjistrit të ndërmarrjeve sociale.

Për të krijuar analizën janë përdorur disa metoda dhe vegla metodologjike, si: metodat analitike-sintetike, metoda e deduksionit, metodat e përpilimit, metodat e krahasimit dhe metoda e mbledhjes dhe analizimit të të dhënave cilësore. Më konkretisht, të dhënat primare dhe informacioni për analizën janë marrë në bazë të intervistave gjysmë të strukturuar, fokus grupeve dhe pyetësorëve. Përmes të cilave janë përfshirë dhe konsultuar drejtpërdrejt 23 ndërmarrje sociale dhe 13 ide operative për ndërmarrjet sociale. Për shkak të natyrës së aktiviteteve dhe efikasitetit të vetë procesit, të gjitha aktivitetet primare të mbledhjes së të dhënave u kryen online përmes platformave Zoom dhe Google.

-Intervistat individuale- janë veglat kryesore për mbledhjen e informacionit parësor sepse ofrojnë mundësinë e një qasjeje individuale dhe analizë të thelluar të nevojave të ndërmarrjeve sociale. Intervistat individuale u zhvilluan ekskluzivisht me përfaqësues të ndërmarrjeve sociale bazuar në një pyetësor gjysmë të strukturuar të zhvilluar posaçërisht për këtë nevojë. Në total janë realizuar 9 intervista me ndërmarrje sociale nga të gjitha rajonet planore që përfshinin të gjitha format ligjore të veprimtarisë. Për më tepër, u zhvillua një intervistë e veçantë me një përfaqësues të projektit Mbështetja për ndërmarrjet sociale si iniciativa më domethënëse që synon ndryshimet sistematike në ekosistemin e sipërmarrjes sociale, duke përfshirë kuadrin ligjor për ndërmarrjet sociale. Intervistat zgjatën nga 60 deri në 90 minuta.

-Grupet e fokusit- kishin për qëllim mbledhjen e të dhënave nga idetë operacionale për ndërmarrjet sociale në mënyrë që të zhvillohet një diskutim më i thellë rreth nevojave dhe kushteve të nevojshme për themelimin e tyre. Kështu, janë organizuar gjithsej 3 fokus grupe, në të cilat kanë marrë pjesë 10 përfaqësues të ekipeve ideore për ndërmarrje sociale. Gjithashtu, u organizua një fokus grup me qendrat rajonale për mbështetjen e ndërmarrjeve sociale, në të cilin morën pjesë përfaqësues nga rajoni i

6. Ndërmarrjet sociale të përcaktuara në Studimin bazë të identifikuar përmes hulumtimit në zyrë, gjithsej 30 në numër, nuk u përfshinë në analizën e nevojave dhe kapaciteteve të tyre, sepse autorët kishin vetëm informacion të pjesshëm të siguruar në internet ose përmes konsultimit me organizata, institucione dhe rrjete të tjera. Shih më shumë në Marjan Icoski, Olga Rajçiq, Studimi bazë për Ndërmarrjet Sociale në Maqedoninë e Veriut.

Vardarit, Pollogut dhe atij juglindor. Organizimi i një fokus grupi me qendrat rajonale siguroi të dhëna dhe informacion për nevojat e ndërmarrjeve sociale në këto rajone dhe sfidat me të cilat përballen në terren. Në të njëjtën kohë, ky fokus grup kontribuoi në marrjen e një pasqyre më të madhe të situatës aktuale dhe sfidave me të cilat përballen qendrat mbështetëse dhe ndërmarrjet sociale në shoqërinë tonë. Gjithashtu, u organizua një fokus grup me 4 ndërmarrje sociale, OJQ me përvojë në fushën e sipërmarrësisë sociale për të përcaktuar nevojat e tyre, por edhe për të shkëmbyer përvojat nga puna e tyre afatgjatë. Fokus grupet zgjatën nga 90 deri në 120 minuta.

-Pyetësorët online- dy pyetësorë të veçantë u krijuan dhe u shpërndanë në ndërmarrje të tjera sociale dhe ide për ndërmarrje sociale që nuk u mbuluan nga fokus grupet apo intervistat individuale. Qëllimi i pyetësorëve është që të mbulojnë sa më shumë ndërmarrje dhe ide sociale në mënyrë që të kemi një pasqyrë më të qartë dhe më objektive. Pyetësorëve iu përgjigjën 10 ndërmarrje sociale dhe 3 ide për ndërmarrje sociale.

Siç u përmend, analiza përdor Studimin themelor të përmendur tashmë si një burim dytësor informacioni, së bashku me hulumtimet në dispozicion në fushën e sipërmarrësisë sociale në Maqedoninë e Veriut.⁷ Së këndejmi, për shkak të mungesës së një kuadri ligjor për ndërmarrjet sociale dhe një përkufizim i pranuar përgjithësisht i ndërmarrjeve sociale, analiza përdor të njëjtat përkufizime operationale nga Studimi Kryesor për ndërmarrjet sociale dhe ndërmarrjet sociale rinore. Kështu, analiza supozon përkufizimin e ndërmarrjeve sociale nga Strategjia Kombëtare për Zhvillimin e Ndërmarrjeve Sociale në Republikën e Maqedonisë së Veriut (2021-2024),⁸ si dhe përcaktimi i ndërmarrjes sociale rinore nga Studimi themelor, i cili përcakton një ndërmarrje sociale rinore si subjekt juridik që: a) ka një strukturë drejtuese të përbërë nga 2/3 e të rinjve të moshës 15-29 vjeç; ose b) punëson ose angazhon të rinj të moshës 15-29 vjeç ose c) ndikon drejtpërdrejt dhe krijon përfitime për të rinjtë e moshës 15-29 vjeç.⁹ Ashtu si me Studimin themelor, mungesa e rregullimit dhe përcaktimit ligjor janë kufizimet kryesore objektive në përgatitjen e kësaj analize.

7. Shih fusnotën numër 3.

8. Strategjia kombëtare për zhvillimin e ndërmarrjeve sociale në Republikën e Maqedonisë së Veriut (2021-2024), Ministria e Punës dhe Politikës Sociale, 2021. Në dispozicion në: <https://bit.ly/3zxXUPZ>. Përkufizim: "Ndërmarrje sociale përkufizohet si një operator në ekonominë sociale, qëllimi kryesor i të cilit është të ketë një ndikim shoqëror duke ofruar mallra dhe shërbime në treg në mënyrë inovative dhe në mënyrë sipërmarrëse, duke përdorur fitimin e tij kryesisht për arritjen e qëllimeve shoqërore, dhe menaxhohet në mënyrë pjesëmarrëse me përfshirjen e punonjësve, konsumatorëve dhe palëve të interesuara që preken nga aktivitetet e saj [...] termi qëllim shoqëror konsiderohet në kuptimin më të gjerë dhe përfshin ofrimin e shërbimeve kulturore, shëndetësore dhe arsimore, si dhe shërbime për mbrojtjen e mjedisit jetësor. Përmes promovimit të interesit të përgjithshëm, NS-të kapërcëjnë orientimin tradicional ndaj pronarëve dhe aksionerëve. Në rastin kur bëhet fjalë për një produkt, NS-të duhet të ofrojnë një produkt/shërbim që ka vlerë sociale".

9. Ligji për pjesëmarrjen rinore dhe politika rinore (Gazeta Zyrtare e RM-së, nr: 10/2020, datë 16.1.2020), neni 6 dhe 7 (format e organizimit dhe përfaqësimit të të rinjve). Në dispozicion në: <https://bit.ly/3oz6veW>. Shih më shumë në Marjan Icoski, Olga Rajçiq, Studimi bazë për Ndërmarrjet Sociale në Maqedoninë e Veriut.

ANALIZA MBI NEVOJAVT TË NDËRMARRJEVE SOCIALE

Për analizën e nevojave dhe kapaciteteve të ndërmarrjeve sociale janë përfshirë gjithsej 23 ndërmarrje sociale, 9 prej tyre përmes intervistave individuale, 4 përmes fokus grupit dhe 10 përmes pyetësorëve për nevojat dhe kapacitetet e ndërmarrjeve sociale. Mjetet dhe aktivitetet metodologjike të përdorura për mbledhjen dhe analizimin e të dhënave cilësore kishin për qëllim identifikimin e nevojave dhe kapaciteteve të ndërmarrjeve sociale në disa segmente: misioni social dhe sfidat në misionin social; aftësitë dhe njohuritë e ekipeve të ndërmarrjeve sociale; trajnime dhe programe; format dhe llojet e mbështetjes; matja e ndikimit social dhe kushtet e përgjithshme për suksesin e ndërmarrjeve sociale. Në vijim, janë paraqitur veçmas gjetjet e secilit segment.

© MISIONI SOCIAL DHE SFIDAT ME MISIONIN SOCIAL

Përkufizimi dhe konfigurimi i misionit social nuk është sfidë për ndërmarrjet sociale. Të gjitha ndërmarrjet sociale të përfshira në analizë konsiderojnë se kanë një mision dhe vizion të përkufizuar qartë për ndikimin e tyre social. Megjithatë, sfida të caktuara paraqiten në disa nga ndërmarrjet sociale (8 prej tyre) në lidhje me komunikimin e misionit social me grupet e synuara, publikun më të gjerë dhe institucionet për shkak të mungesës së kornizës ligjore dhe ndërgjegjësimit të ndërmarrjeve sociale. Në të njëjtën kohë, këto sfida lindin edhe për shkak të ekzistencës së tabu temave sociale që çojnë në pranimin dhe përfshirjen më të vështirë të përdoruesve në komunitetet lokale.

Komunikimi i misionit social është një sfidë sepse ndërmarrjet sociale ende nuk kanë një status të përcaktuar dhe të njohur si subjekte të veçanta, gjë që krijon konfuzion dhe njëfarë mosbesimi në publik. Në këtë drejtim shkon edhe komunikimi me politikë bërësit dhe institucionet që nuk e njohin konceptin e ndërmarrjes sociale dhe ndikimin e saj pozitiv në komunitet. Për më tepër, disa nga ndërmarrjet sociale që punojnë me grupe të stigmatizuara të qytetarëve, të rinj ish vartës të lëndëve narkotike dhe romët, përballen me rezistencë në komunitetet lokale dhe nga klientët për përfshirjen e tyre në punën e ndërmarrjeve sociale. Këto subjekte kanë gjithashtu sfida shtesë për ta komunikuar misionin e tyre me përdoruesit e tyre, gjë që çon në vështirësi në funksionimin e përditshëm. Në lidhje me misionin social, Studimi themelor ofron gjetje dhe rekomandime të ndryshme bazuar në të dhëna statistikore që tregojnë një kontradiktë dhe dobësi të caktuar ndërmjet misionit të ndërmarrjeve sociale dhe ndikimit tek përdoruesit dhe grupet e synuara. Sa për ilustrim, edhe pse numri më i madh ose 19% e ndërmarrjeve sociale kanë një mision për përfshirjen e personave me aftësi të kufizuara, të rinjtë me aftësi të kufizuara janë ndër më pak të përfaqësuarit në ndërmarrjet sociale. Ngjashëm, misioni i vetëm 7% të ndërmarrjeve sociale është përfshirja dhe mbështetja e grave (rurale), ndërkohë që shumica e të punësuarve dhe të rinjve të angazhuar në ndërmarrjet sociale janë gra, dhe për më tepër vetëm 7 nga 57 të hartëzuara janë të vendosura në zonat rurale.

10. Shih më shumë në Marjan Icoski, Olga Rajciq, Studimi bazë për Ndërmarrjet Sociale në Maqedoninë e Veriut.

© БИЗНИС-МОДЕЛ И ПЛАНОВИ ЗА РАСТ И РАЗВОЈ

Nga gjithsej 23 ndërmarrje sociale, vetëm një ndërmarrje sociale nuk ka një model biznesi, katër aktualisht janë duke zhvilluar modelet e tyre të biznesit, ndërsa 18 të tjerat janë përgjigjur se kanë një model biznesi të qartë dhe të zhvilluar. Këto të dhëna flasin për ndërgjegjësimin e modelit të biznesit si thelbin e një ndërmarrje sociale si subjekt ekonomik dhe qëndrueshmërinë e saj financiare.

Megjithatë, ndërmarrjet sociale kanë mjaft sfida nga zbatimi i planeve të biznesit "nga letra" në realitet. Disa prej tyre besojnë se planet e biznesit duhet të përmirësohen dhe përditësohen, veçanërisht në periudhën aktuale dinamike të ndryshimeve të tregut, por kjo nuk është një praktikë e rregullt. Ndërmarrjet sociale i zhvillojnë planet e tyre të biznesit kryesisht si pjesë e disa programeve për sipërmarrje (sociale) dhe startup me ndihmën e organizatave joqeveritare, donatorëve ndërkombëtarë ose ekspertëve dhe konsulentëve individual. Pas përfundimit të kësaj mbështetjeje, ata nuk kanë njohuri dhe kapacitet të mjaftueshëm për të krijuar dhe modifikuar plane biznesi, apo përqendrim dhe kohë duke pasur parasysh sfidat e tjera me të cilat përballen në pjesën më të madhe të punës së tyre, ata operojnë jashtë planeve të tyre të biznesit.

Me fjalë të tjera, në këtë segment ndërmarrjet sociale më së shumti varen nga mbështetja e jashtme.

Më tej, përgjigjet e ndërmarrjeve sociale aludojnë për faktin se është e vështirë të zbatohen dhe të ndjekin plotësisht planet e biznesit dhe për shkak të problemeve të ndryshme që lidhen me plasmanin, tregun, kapacitetet e ekipeve, përgjegjësitë e përditshme etj. Ata besojnë se për shkak të specifikës së ndërmarrjeve sociale, proceseve të prodhimit, kostove më të larta, përfshirjes së grupeve të rrezikuara etj., kanë nevojë për plasman të sigurt, ndihmë apo lloj tjetër mbështetjeje dhe bashkëpunimi me komunat, institucionet shtetërore dhe bizneset e zhvilluara që të mund të arrijnë qëndrueshmërinë financiare.

Në lidhje me modelin e biznesit, shtrohet edhe çështja e rritjes dhe zhvillimit, pra zgjerimi i tregjeve vendase dhe ndërkombëtare dhe/ose futja e produkteve dhe shërbimeve të reja. Të gjitha ndërmarrjet sociale po mendojnë për rritjen dhe zhvillimin e entiteteve të tyre, dhe shumica prej tyre, gjithsej 20, po planifikojnë të zgjerojnë punën e tyre në vende/lokacione të tjera në Maqedoninë e Veriut. Prej tyre, vetëm tre u përgjigjën se tashmë po punojnë për zgjerimin dhe diversifikimin e gamës së produkteve dhe shërbimeve. Pjesa tjetër nuk kanë ndërmarrë hapa konkretë për t'u zgjeruar dhe aktualisht janë në nivelin e planeve dhe mendimeve për rritje dhe zhvillim. Nga ana tjetër, tre ndërmarrje sociale, nga të cilat dy ndërmarrje sociale digjitale po planifikojnë të zgjerohen përtej kufijve të vendit tonë dhe njëra prej tyre tashmë po bën shitje online në BE, Australi dhe SHBA.

Arsyet e ndalimit ose mos zgjerimit të ndërmarrjeve sociale në tregje të tjera gjenden në pjesën më të madhe në mungesën e burimeve financiare që do të mbështesin strategjinë për hyrje në tregje të reja, kapacitete njerëzore dhe aftësitë e ekipit për bëma më të mëdha, dhe objektet e prodhimit dhe ofrimi i shërbimeve (hapësira, vendndodhja, makineritë, programet kompjuterike, etj.).

© AFTËSITË DHE NJOHURITË E EKIPEVE TË NDËRMARRJEVE SOCIALE

Aftësitë dhe njohuritë e ekipeve të ndërmarrjeve sociale janë një nga faktorët kyç për suksesin afatgjatë. Aftësitë dhe njohuritë e nevojshme për të drejtuar një ndërmarrje sociale janë specifike dhe të ndryshme për secilën prej tyre në varësi të natyrës së punës, fushëveprimit, kompleksitetit, grupit të synuar, etj., por të gjitha ndërmarrjet sociale duhet të përmirësojnë aftësitë dhe njohuritë e tyre në disa fusha: marketing dhe promovim (veçanërisht marketingu digjital); shitjet (tradicionale dhe shitje-e); hulumtimi i tregut dhe politika e çmimeve; menaxhimin financiar dhe komunikimet.

Ndërmarrjet sociale tregojnë mungesën e njohurive të tyre për biznes dhe sipërmarrje për drejtimin e ndërmarrjeve sociale, ose njohuri të kufizuara në fusha më komplekse si çmimet, hulumtimi i tregut, negociatat, etj. Kjo vlen edhe për ndërmarrjet sociale që janë të regjistruara si organizata të shoqërisë civile, por edhe për ato që janë të regjistruara si ndërmarrje të vogla, artizanale dhe kooperativa. Nga kjo lindin vështirësitë e tyre në krijimin dhe menaxhimin e planeve të biznesit.

“Na mungon më shumë fryma sipërmarrëse, të dimë të shesim, të negociojmë dhe të gjejmë partnerë biznesi”. – intervistë me një përfaqësues të një ndërmarrje sociale

Në disa intervista u theksua se ata duhet të punojnë me sipërmarrësit ekzistues, të cilët përmes shembujve dhe mjeteve të tyre në punë për drejtimin e biznesit, do t'u japin udhëzime se si të krijojnë ndërmarrjen e tyre sociale në mënyrë që të arrijnë më shpejt rezultatet e dëshiruara.

Më tej, ata kanë nevojë për aftësitë e marketingut dhe promovimit që i identifikojnë si thelbësore për drejtimin e ndërmarrjeve sociale sot dhe konsiderojnë të kenë një strategji marketingu me rëndësi të madhe. Duke pasur parasysh ndikimin dhe potencialin e rrjeteve sociale dhe kanaleve të tjera online, ato kanë një nevojë në rritje për marketing digjital dhe shitje digjitale. Në këtë drejtim shkojnë edhe nevojat për aftësi komunikuese dhe tendencat moderne të rrjeteve sociale, sepse kryesisht komunikimet e tyre i realizojnë pikërisht përmes tyre.

Gjithashtu, menaxhimi financiar është shumë i nevojshëm, sepse ndërmarrjet sociale duhet të marrin vendime që do të kenë logjikë biznesi. Por nga të gjitha, vetëm dy ndërmarrje sociale janë përgjigjur se kanë aftësi të avancuara të menaxhimit financiar dhe nuk kanë nevojë për trajnime dhe përmirësime shtesë. Pjesa tjetër i identifikon këto segmente si më të rëndësishmet për ndërtimin dhe mësimin e mëtejshëm të ekipeve të tyre dhe rritjen dhe zhvillimin e ndërmarrjeve sociale. Në të kundërt, ndërmarrjet sociale e konsiderojnë veten të kenë aftësitë e nevojshme me menaxhimin e burimeve njerëzore, menaxhimin e projekteve dhe aftësitë e buta.

© TRAJNIM DHE PROGRAME

Ndërmarrjet sociale rregullisht punojnë në ngritjen e aftësive dhe kapaciteteve të tyre dhe rregullisht ndjekin trajnime dhe programe për sipërmarrësi (sociale) që do t'i ndihmojnë në menaxhim. Vetëm dy ndërmarrje sociale janë përgjigjur se nuk kanë ndjekur asnjë trajnim deri më tani, ndërsa një ndërmarrje sociale ka ndjekur vetëm një trajnim. 20 të tjerët kanë vizituar disa, dhe disa të tjerë madje dhjetëra gjatë viteve. Më të zakonshmet janë trajnimet dhe programet e Shoqatës për Inovacion Social ARNO,

HERA, Shoqata Publike, Qendra për Ndërmarrje Sociale, CEED Hub, CEFE, Seavus Accelerator, Business Impact Hub etj. por edhe programe përsheptues dhe startup nga UNDP, UNICEF dhe organizata të tjera ndërkombëtare në Maqedoninë e Veriut.

Si më të dobishmet, ndërmarrjet sociale veçojnë trajnimet dhe programet që kanë një qasje të individualizuar, janë praktike dhe të zbatueshme në ndërmarrjet e tyre sociale, si trajnimet individuale, sesionet e këshillimit dhe mentorimit, rastet praktike dhe punë praktike, shkëmbimi i njohurive dhe përvojave me ndërmarrje të tjera sociale etj. Tematikisht, këto trajnime i referohen planifikimit dhe modelimit të biznesit, menaxhimit financiar, marketingut, shitjeve, komunikimit, politikave të çmimeve, etj., aspekte në të cilat, siç u përmend më herët, atyre u mungojnë njohuritë dhe aftësitë.

Kjo lloj qasjeje e individualizuar dhe temat që kanë të bëjnë me pjesën financiare, gjegjësisht afariste janë nevojat themelore të ndërmarrjeve sociale. Disa nga ndërmarrjet sociale preferojnë që trajnime dhe programe të tilla të udhëhiqen nga sipërmarrës socialë, dhe jo nga sipërmarrës apo konsulentë nga biznesi klasik, për të përcjellë përvojën reale dhe këshilla se si të kapërcehen sfidat në ekosistemin vendas të sipërmarrjes sociale.

Trajnime për transferimin e njohurive, përvojave dhe aftësive nevojiten edhe me sipërmarrës socialë nga vende të tjera me qëllim për të mbledhur shembuj dhe praktika të mira ku sipërmarrja sociale është në një nivel më të lartë zhvillimi. Nga ana tjetër, ndërmarrjet sociale nuk janë të interesuara për trajnime që janë teorike, nuk kanë ndikim konkret në punën e tyre ose të përfaqësojnë bazat e sipërmarrsisë sociale.

"Kemi nevojë për trajnime dhe programe që do të na skanojnë dhe analizojnë dhe do të na japin drejtime dhe objektiva specifike se si të arrijmë qëndrueshmëri financiare" - Pjesëmarrës në një fokus grup me ndërmarrjet sociale.

LLOJI DHE FORMA E MBËSHTETJES SË NEVOJSHME

Llojet më të zakonshme të mbështetjes që kanë nevojë ndërmarrjet sociale janë mbështetja financiare dhe tekniko-teknologjike. Vetëm një ndërmarrje sociale është përgjigjur se nuk ka nevojë për fonde shtesë, ndërsa pjesa tjetër e shohin mbështetjen financiare si vendimtare për zhvillimin dhe përparimin e tyre. Ndërmarrjet sociale kanë përcaktuar prioritete të qarta për përdorimin e financave shtesë për promovimin e produkteve dhe shërbimeve të tyre, realizimin e planeve për zgjerimin e tregut, apo mbulimin e kostove të rritura si pasojë e krizës aktuale ekonomike.

Ndërmarrjet sociale konsiderojnë se aktualisht nuk ka diversifikim të mjaftueshëm të burimeve të financimit. Mbështetësit më të mëdhenj janë donatorët ndërkombëtarë dhe deri diku institucionet vendase si Fondi për Inovacion dhe Zhvillim Teknologjik (FIZhT) dhe Agjencia për Punësim, të cilat ofrojnë mbështetje financiare të bazuar në projekte, të njëhershme dhe afatshkurtër. Janë të rralla dhe të pamjaftueshme investimet nga bizneset private, financat nga komunat si klientë, pra blerës të shërbimeve apo produkteve, apo nga bankat si institucione që mbështesin subjektet ekonomike.

"Kur filloni me NS dhe bëni një plan biznesi, është e rëndësishme të mos mendoni për paratë e donatorëve, por si të mbijetoni pa to". - intervistë me një përfaqësues të një ndërmarrje sociale.

Gjithashtu, ndërmarrjet sociale kanë nevojë për mbështetje tekniko-teknologjike që përbëhet nga lokacioni (lokalet), toka, pajisjet, makineritë etj., sepse nuk mund t'i përballojnë ato për shkak të të ardhurave të ulëta financiare ose çmimeve të larta të tregut. Këtu, ndërmarrjet sociale presin mbështetje nga komunat dhe institucionet shtetërore, të cilat kanë në dispozicion (një pjesë të) këtyre burimeve (të cilat mund t'i japin p.sh. për përdorim, qira, grumbullim të subvencionuar, dhuratë etj.).

Në këtë pjesë, megjithatë, ndërmarrjet sociale konsiderojnë se nuk kanë nevojë për mbështetje ligjore dhe administrative sepse angazhojnë avokatë për çështje specifike ose tashmë kanë njohuri për sistemin ligjor dhe administrativ bazuar në përvojat e mëparshme. Siç u përmend më lart, ndërmarrjet sociale nuk do të merrnin pjesë në trajnime që nuk janë praktike dhe të zbatueshme drejtpërdrejt për realitetin e tyre. Në këtë kuptim, shumica e ndërmarrjeve sociale, gjithsej 19, janë përgjigjur se nuk kanë nevojë për mbështetje për përgatitjen e aplikacioneve për financim, ndërsa vetëm 4 janë përgjigjur se kanë nevojë për mbështetje të plotë ose të pjeshme.

Ngjashëm me pjesën e aftësive dhe njohurive dhe trajnimeve dhe programeve, ndërmarrjet sociale preferojnë një formë individuale të mbështetjes. Ata besojnë se mentorimi ose konsultimi i strukturuar sipas nevojave dhe planeve të tyre janë format më të mira, sepse ato do të ndihmojnë në përgjigjen e sfidave specifike dhe do të ofrojnë zgjidhje specifike. Si më sipër, tematikisht, mentorimi dhe konsultimi zakonisht i referohen menaxhimit financiar, planifikimit dhe modelimit të biznesit, marketingut, shitjeve, komunikimit, politikave të çmimeve, etj., pra fusha në të cilat ndërmarrjet sociale nuk kanë aftësi, njohuri dhe kapacitete të mjaftueshme.

Është e rëndësishme të theksohet se deri më tani, mentorimi dhe konsulenca janë përdorur nga ndërmarrjet sociale, por ato janë jokonsistente dhe jetëshkurtër për shkak të varësisë së tyre nga financat e donatorëve dhe qasjes së projektit ndaj sipërmarrjes sociale në vendin tonë. Megjithatë, kjo nuk përjashton interesimin dhe pjesëmarrjen e ndërmarrjeve sociale në trajnime apo formateve të tjera të aktiviteteve grupore për ngritjen e kapaciteteve nëse ato ofrojnë njohuri dhe aftësi praktike dhe të zbatueshme.

“Nuk na duhen më shumë trajnime teorike, por trajnime të drejtpërdrejta, të drejtuara, një për një të bazuar në një analizë të bërë më parë se si funksionon ndërmarrja sociale, cilat janë pikat e dobëta dhe të forta dhe ku duhet përmirësuar ajo” - pjesëmarrëse në një fokus grup me ndërmarrjet sociale

Kur flasim për mbështetje, ndërmarrjet sociale nuk e përdorin plotësisht dhe/ose nuk e njohin mbështetjen e startup ekosistemit (OJQ-të, përshpejtuesit, inkubatorët dhe subjektet e tjera që punojnë në fushën e sipërmarrjes sociale). Rreth shtatë nga ndërmarrjet sociale nuk iu drejtuan fare mbështetjes dhe nuk kishin kontakte me subjekte nga ekosistemi startup, megjithëse e dinë që një mbështetje e tillë ekziston.

Pjesa tjetër bashkëpunojnë pjesërisht me aktorët e komunitetit të startup-eve dhe në një periudhë të caktuar kanë shfrytëzuar disa shërbime ose kanë ndjekur aktivitete për ngritjen e kapaciteteve. Ndër to si më të zakonshmet përmenden Startup Macedonia, ARNO, Qendra për Ndërmarrje Sociale, CEED Hub dhe Public Association, nga ku ndërmarrjet sociale marrin informacion për inovacionet dhe mundësitë për financim, edukim dhe rrjetëzim.

Megjithatë, ndërmarrjet sociale konsiderojnë se komuniteti startup ndjek trendin e mospërputhjes dhe bashkëpunimit afatshkurtër si me ta ashtu edhe mes tyre, për shkak të mungesës së financave në vetë komunitetin startup, mungesës së një kuadri të qartë ligjor për ndërmarrjet sociale dhe mungesa e mbështetjes nga institucionet shtetërore dhe komunat, të cilat mund të sigurojnë qëndrueshmëri më të madhe të ekosistemit në tërësi.

© **MATJA E NDIKIMIT SHOQËROR**

Edhe pse qëllimi kryesor i ndërmarrjeve sociale është krijimi i ndikimit social, ato nuk kanë një metodologji të zhvilluar për matjen e të njëjtit. Vetëm një ndërmarrje sociale mat ndikimin e saj social përmes një metodologjie moderne që përbëhet nga tregues të hartuar në mënyrë precize që i referohen ndikimit tek përdoruesit e saj, komuniteti lokal dhe ekosistemi në tërësi, i krijuar si rezultat i bashkëpunimit me partnerët ndërkombëtarë nga ekonomia sociale.

Nga ndërmarrjet e mbetura sociale, gjashtë nuk kanë menduar fare për metodologji apo procese për matjen e ndikimit social, ndërsa shumica prej tyre, gjithsej 16, ose kanë menduar për përcaktimin e një metodologjie ose kanë tregues të caktuar për punën e tyre. Këta tregues përdoren për monitorimin e brendshëm të proceseve të caktuara dhe vlerësimin e suksesit dhe/ose dështimit të ndërmarrjes sociale, jo ndikimin social dhe nuk i komunikohen publikut. Krijimi i një metodologjie për të matur ndikimin nuk është prioritet për ndërmarrjet sociale duke marrë parasysh sfidat e tjera ekzistenciale me të cilat përballen çdo ditë.

© **KUSHTET E PËRGJITHSHME PËR SUKSES TË NDËRMARRJEVE SOCIALE**

Në pyetjen “Çfarë mendoni se ju nevojitet për të qenë një ndërmarrje sociale e suksesshme?”, ndërmarrjet sociale, përveç kapaciteteve, aftësive dhe njohurive të brendshme, si parakusht për menaxhimin e ndërmarrjeve sociale, veçuan edhe tre faktorë kryesorë të jashtëm: njohjen, ndërgjegjësimin, veprimin e përbashkët dhe qasjen e sipërmarrjes sociale.

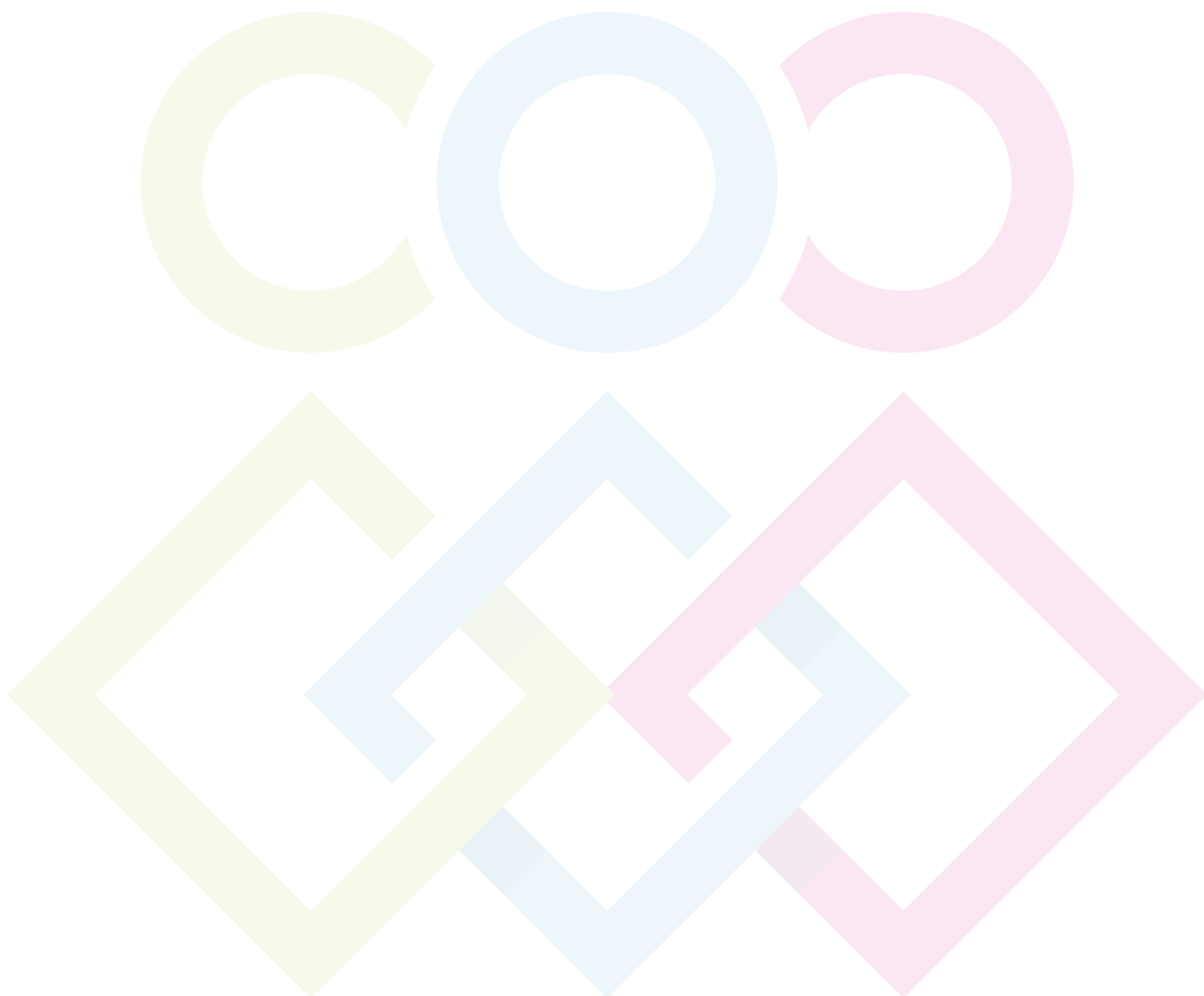
Sipas tyre, njohja është pasqyruar para së gjithash në dallimin e tyre nga bizneset klasike. Me përjashtim të një ndërmarrje sociale, të gjitha të tjerat besojnë se nevojitet një rregullim ligjor që do të përcaktojë statusin e ndërmarrjeve sociale, dhe më e rëndësishme, të sigurojë kushte të favorshme për punën e tyre përmes stimujve financiarë, subvencioneve, programeve, punësimit, bashkëpunimit me komunat dhe institucionet e tjera shtetërore etj. Njohja ligjore duhet të përfshijë edhe ndihmën e nevojshme të strukturuar nga shteti dhe bizneset, e cila do t'u japë atyre kuptimin e partnerëve të shtetit në mbrojtjen dhe mbështetjen e kategorive të rrezikuara të grupeve të qytetarëve dhe realizimin e interesave publike.

Rritja e ndërgjegjësimit ka të bëjë si me institucionet ashtu edhe bizneset, dhe me vetë qytetarët për rolin e ndërmarrjeve sociale. Rritja e ndërgjegjësimit të qytetarëve duhet të çojë në një kuptim më të madh të rëndësisë së ndërmarrjeve sociale dhe në këtë mënyrë, mbështetje më të madhe përmes blerjes së produkteve dhe shërbimeve që ato ofrojnë dhe përfshirjes së tyre në ekonominë sociale. Nga ana tjetër, ndërgjegjësimi i institucioneve dhe bizneseve do të sjellë edhe efikasitet më të madh të punës së tyre duke harmonizuar prioritetet e ndërmarrjeve sociale dhe politikat shtetërore, si

dhe mbështetje të përhershme përmes vendosjes së garantuar të produkteve dhe shërbimeve, subvencioneve, partneriteteve publiko-private, zgjerim në tregjet ndërkombëtare, etj. Sipas tyre, shteti duhet të shfaqet si mbështetësi dhe konsumatori më i madh i produkteve dhe shërbimeve të ndërmarrjeve sociale.

“Nevojiten trajnime dhe aftësi për sipërmarrjen sociale të punonjësve të administratës shtetërore, veçanërisht për ata që formulojnë buxhete dhe krijojnë politika për subjektet që kanë aktivitet ekonomik”. - intervistë me një përfaqësues të një ndërmarrje sociale

Ndërmarrjet sociale pajtohen se e gjithë kjo mund të arrihet vetëm përmes veprimit të përbashkët dhe qasjes së ndërmarrjeve sociale përmes rrjeteve, platformave dhe koalicioneve që do të punojnë drejt këtyre qëllimeve. Këtu, ndërmarrjet sociale në mënyrë direkte ose indirekte theksuan nevojën për të mbështetur ngjarjet e rrjetëzimit, shkëmbimin e përvojave, njohurive dhe praktikave të mira me qëllim të zhvillimit të solidaritetit, dukshmërisë, krijimit të partneriteteve dhe përfaqësimit të përbashkët përpara institucioneve shtetërore (blerje reciproke, prodhim të përbashkët të mallrave dhe shërbimeve, etj. bashkimi në treg, shkëmbimi i kontakteve, propozimi i politikave të reja publike, tërheqja e vëmendjes mediatike, etj.).



ANALIZA E NEVOJAVE TË IDEVE ЗА СОЦИЈАЛНО ПРЕТПРИЈАТИЕ

Duke përdorur një qasje të ngjashme si për ndërmarrjet sociale, dhe natyrisht, duke u nisur nga natyra e ideve, përkatësisht ndërmarrjet potenciale sociale, analiza është bërë përmes fokus grupeve dhe pyetësorëve online me përfaqësues të ekipeve të ideve për ndërmarrjet sociale. Në analizë janë përfshirë gjithsej 13 ide operationale për ndërmarrjet sociale, nga të cilat 9 përmes fokus grupeve dhe 4 përmes pyetësorëve online. Qëllimi i përfshirjes së ideve të ndërmarrjeve sociale është të identifikojë nevojat e tyre fillestare, si dhe të analizojë sfidat me të cilat përballen ndërmarrjet sociale që në fillim. Mjetet dhe aktivitetet metodologjike të përdorura për mbledhjen dhe analizimin e të dhënave cilësore synuan gjithashtu disa segmente të ideve të ndërmarrjeve sociale: aftësitë dhe njohuritë e ekipeve të ideve; sfidat për hapjen e ndërmarrjeve sociale; trajnime dhe programe; format dhe llojet e mbështetjes; informimi; matja e ndikimit social dhe kushtet e përgjithshme për suksesin e ndërmarrjeve sociale. Në vijim, janë paraqitur veçmas gjetjet e secilit segment.

◎ AFTËSITË DHE NJOHURITË E EKIPEVE TË IDEVE PËR NDËRMARRJE SOCIALE

Aftësitë dhe njohuritë e ekipeve të ideve të ndërmarrjeve sociale janë, në mënyrë të parashikueshme, më themelore në krahasim me ndërmarrjet sociale. Megjithatë, nevojat e tyre për aftësi dhe njohuri të reja janë më të larmishme duke pasur parasysh se janë në fazën përgatitore për themelimin e personave juridikë. Një faktor tjetër diversiteti është pyetja nëse ideja ekziston si pjesë e një organizate joqeveritare apo një formë tjetër ligjore. Në këtë kontekst, ekipet e ideve me origjinë nga organizatat joqeveritare apo subjekte të tjera juridike zotërojnë njohuri dhe aftësi më të avancuara krahasuar me ekipet që hyjnë për herë të parë në ujërat e sipërmarrjes sociale.

Për më tepër, nevojat për aftësi dhe njohuri shtesë ose të reja varen nga natyra e ndërmarrjeve të ardhshme sociale, planet për fillim dhe zhvillim, vëllimi i prodhimit fillestar të produkteve dhe shërbimeve, etj. Ata kanë mungesë të burimeve njerëzore në pozicione specifike që i konsiderojnë të nevojshme që në fillim. Për shembull, idetë që do të merren me kujdesin kanë mungesë për infermierë dhe terapistë të trajnuar, idetë që do të merren me edukimin kanë mungesë psikologësh dhe edukatorësh, idetë që do të prodhojnë ushqim kanë mungesë teknologësh, kuzhinierësh etj.

Por përveç këtyre specifikave, mund të vërehet se idetë e sipërmarrjeve sociale kanë pothuajse nevoja identike si ndërmarrjet sociale, në radhë të parë, aftësi për planifikim biznesi, menaxhim financiar, marketing dhe promovim (veçanërisht digjital), shitje (tradicionale dhe digjitale), negociim, përcaktimi i çmimit, etj. Është e rëndësishme të theksohet se ekipet e ideve u japin përparësi këtyre nevojave pasi vetë vlerësojnë se ato janë më të rëndësishmet jo vetëm për ngritjen, por edhe për menaxhimin dhe qëndrueshmërinë dhe rezistencën e sipërmarrjeve sociale të ardhshme. Është interesante, edhe pse në fillim, shumica prej tyre (10) deklaruan se nuk kanë nevojë për njohuri dhe shkathtësi juridike dhe administrative për të krijuar dhe drejtuar subjektet, ose do ta zgjidhnin këtë çështje me ekspertë të jashtëm, dhe një pjesë më e vogël e tyre (7) nga aftësitë e menaxhimit të burimeve njerëzore dhe zhvillim dhe planifikim strategjik.

Këtu, njohuritë dhe aftësitë për krijimin e Social Business Canvas, si një mjet bazë në procesin e krijimit dhe zhvillimit të ideve për ndërmarrjet sociale janë një nga më të rëndësishmet. Në të njëjtën kohë, vetëm dy ide për ndërmarrjet sociale janë përgjigjur se nuk kanë përgatitur Social Business Canvas për idetë e tyre dhe nuk kanë njohuri dhe aftësi, ndërsa 11 prej tyre janë përgjigjur se kanë kapacitetet e nevojshme dhe tashmë kanë përgatitur një dokument të tillë. Ngjashëm me planet e biznesit të ndërmarrjeve sociale, më së shpeshti Social Business Canvas krijohet si pjesë e disa programeve dhe projekteve për sipërmarrje sociale të udhëhequra nga sektori civil apo organizata ndërkombëtare.

🕒 TRAJNIME DHE PROGRAME

Nga 13 ekipet e përfshira në studim, vetëm një nuk kishte ndjekur asnjë trajnim apo program mbi sipërmarrjen sociale ose sipërmarrjen. Disa nga ekipet kanë ndjekur një numër të madh trajnimesh, duke pasur parasysh se idetë ekzistojnë prej disa vitesh, ose ideja ka lindur në kuadër të një organizate joqeveritare që dëshiron të realizojë një aktivitet ekonomik me ndërmarrjen sociale. Ashtu si me ndërmarrjet sociale, më të zakonshmet janë trajnimet dhe programet e Shoqatës për Inovacione Sociale ARNO, HERA, Asociacioni Pablik, Qendra për Ndërmarrje Sociale, CEFÉ, por edhe programe të UNDP-së, UNICEF-it dhe organizata të tjera ndërkombëtare në vend.

Ashtu si me ndërmarrjet sociale, si më të vlerësuarat janë programet që kanë qasje individuale, nga të cilat theksohet mentorimi, por edhe të tjerat që ofrojnë mundësi praktike për punë, shkëmbim njohurish dhe përvojash, dëshmi të sipërmarrësve të suksesshëm sociale etj. Tematikisht, këto trajnime trajtojnë planifikimin dhe modelimin e biznesit, menaxhimin financiar, marketingun, shitjet, komunikimin, politikat e çmimeve, dhe aspekte në të cilat ekipeve të ideve të ndërmarrjeve sociale u mungojnë aftësitë dhe përvoja. Këtu ka një nevojë specifike për trajnime të tilla tematike të rregullta dhe si idetë më të rëndësishme spikasin planifikimi i biznesit, menaxhimi financiar dhe marketingu për ndërtimin e ndërmarrjeve sociale bazuar në plane biznesi solide.

“Nuk është më teori, duhet minimizuar. Duhet të ketë shembuj praktik të ndërmarrjeve sociale të suksesshme, të bëhet një vizitë studimore, të shihet si funksionon, si punohet”.
– një pjesëmarrës në fokus grup nga idea për ndërmarrje sociale

🕒 SFIDAT PËR REALIZIMIN E IDEVE

Sfidat për realizimin e ideve mund të reduktohen në disa. Së pari, të gjitha idetë kanë mungesë financimi për të filluar me prodhimin dhe shitjen e produkteve dhe shërbimeve dhe e përkufizojnë këtë mungesë si problemin më të madh. Kapitali fillestar i kërkuar për çdo ide është i ndryshëm. Kështu, një ide ka një projeksion kapital prej 5.000 euro, katër ndërmjet 5.000 deri në 10.000 euro, dy ndërmjet 10.000 dhe 15.000 euro, pesë ndërmjet 30.000 dhe 50.000 euro dhe një ide ka nevojë për kapital fillestar në shumën prej 500.000 euro.

Mjetet do të përdoren për të inicuar prodhimin e mallrave dhe shërbimeve dhe plasimin në treg. Për ndërmarrjet sociale, një sfidë janë edhe partneritetet e dobëta me institucionet dhe komunitetin e biznesit që do t'u japë sigurinë për të krijuar njësitë e tyre dhe për të siguruar qëndrueshmëri financiare përmes bashkëpunimit ekonomik.

Së dyti, me disa nga idetë (3 prej tyre), si sfidë shfaqet edhe forma e përshtatshme e regjistrimit të ndërmarrjes sociale. Për shkak të mungesës së kuadrit ligjor dhe përfitimeve për ndërmarrjet sociale, ato janë në dilemë nëse do të themelojnë shoqata të qytetarëve apo ndërmarrje dhe e konsiderojnë këtë çështje jashtëzakonisht të rëndësishme për një fillim të mbarë, sepse ndërmarrjet sociale kanë nevojë për mbështetje shtesë për të arritur konkurrencë dhe dukshmëri të tregut. Në një pjesë tjetër të ideve (3 prej tyre), sfida është të bëhet transformim digjital përmes hapjes së një dyqani online, si mënyrë moderne dhe efikase për shitje. Në këtë kuptim, ekipeve u mungojnë mjetet financiare, por edhe aftësitë për marketing dhe shitje digjitale. Edhe pse vetëm njëra prej ideve paraqet si sfidë mungesën e një misioni të fuqishëm social dhe procedurat e brendshme që do të çojnë në realizimin e tij, megjithatë, të gjitha idetë për ndërmarrjet sociale i konsiderojnë organizimin e mirë, procedurat, si dhe qëllimin e qartë, qëndrueshmërinë, motivimin dhe hapjen për bashkëpunim si faktorët thelbësorë të suksesit.

🕒 LLOJI DHE FORMA E MBËSHTETJES SË NEVOJSHME

Me disa specifika, ngjashëm si te ndërmarrjet sociale, idetë për ndërmarrje sociale kanë më shumë nevojë për mbështetje financiare, arsimore dhe teknike. Qasja në financat fillestare është problem për të gjitha idetë, sepse një fillim i mirë i ndërmarrjes kërkon më shumë kapital për pajisje, marketing, promovim, shitje, mjete digjitale etj. Për më tepër, komponenti arsimor, përkatësisht ndërtimi i kapaciteteve të ekipeve ideale, duhet të bazohet në një qasje individuale, përkatësisht të strukturuar, njësoj si në rastin e ndërmarrjeve sociale. Dhe këtu, ekipet veçojnë si opsionin më të mirë mentorimin, i cili sipas tyre duhet të zgjasë më shumë se praktika e mëparshme disamujore e mentorimit dhe t'u ofrojë njohuri dhe aftësi konkrete. Sipas kapaciteteve të tyre, mentorimi është më i nevojshëm në fushën e financave dhe menaxhimit financiar, si dhe në marketing dhe shitje.

Përveç mentorimit, disa nga idetë konsiderojnë se nevojiten konsultime në grup me të gjitha palët e interesuara sipas kategorive të grupimeve dhe industrive për të adresuar më mirë sfidat dhe për të krijuar bashkëpunime të reja të udhëhequra nga ekspertë me përvojë dhe sipërmarrës socialë. Mbështetja teknike, nga ana tjetër, reflektohet më së shumti në pjesën e hapësirës/lokacionit dhe pajisjes, dhe e njëjta pritet nga komunitat dhe institucionet shtetërore si partnerë potencialë për arritjen e qëndrueshmërisë afatgjatë. Bashkëpunimin me bizneset, idetë më së shumti e shikon në ofrimin e shërbimeve falas dhe digjitalizimin e ndërmarrjeve sociale (shërbime TI, kontabilitet, shërbime juridike, trajnime etj.).

Në të kundërt, ekipet e ideve të sipërmarrjeve sociale nuk kanë nevojë për trajnime teorike ose trajnime që ofrojnë bazat e sipërmarrjes sociale, as trajnim që nuk i ndihmon drejtpërdrejt të avancojnë idenë dhe të zgjidhin sfidat e tyre. Gjithashtu, shumica e ekipeve të ideve (gjithsej 9) kanë përvojë dhe konsiderojnë se kanë njohuri dhe aftësi të mjaftueshme për të përgatitur aplikacione për financim dhe nuk kanë nevojë për ndihmë shtesë. 4 ekipet e tjera kanë nevojë për mbështetje vetëm për përgatitjen e pjesës financiare, pra buxhetit të aplikacionit. Dhe te idetë, mbështetja e ekosistemit startup nuk përdoret mjaftueshëm. Tre nga idetë nuk janë të njohura me aktorët e ekosistemit startup, tre janë të njohur por nuk kanë kërkuar mbështetje, ndërsa të tjerat kanë një lloj bashkëpunimi bazë me komunitetin startup. Në këtë seksion, si më sipër, idetë identifikuan të njëjtët aktorë nga komuniteti startup, të cilët janë aktivë, të hapur për bashkëpunim dhe që u ofrojnë atyre mbështetje shtesë.

🕒 **INFORMIMI PËR RISITË DHE MUNDËSITË**

Ekipet e ideve të sipërmarrjeve sociale shpesh marrin informacion në lidhje me inovacionet dhe mundësitë në fushën e sipërmarrjes sociale përmes një sërë kanalesh online dhe offline. Para së gjithash, informacionet merren përmes abonimeve elektronike mujore dhe buletineve nga organizatat joqeveritare (p.sh. Buletini i Qendrës së Burimeve Qytetare) dhe donatorë ndërkombëtarë (p.sh. UNDP) dhe përmes rrjeteve sociale Facebook dhe LinkedIn të organizatave joqeveritare dhe mediave online si Shoqata për Inovacione Sociale ARNO, Inovativnost.mk, Asociacioni Publik, CEFÉ, Mladi-Hub, ministrinë dhe komunat, qendrat për mbështetjen e sipërmarrjes sociale, etj. Më rrallë, ekipet e ideve për ndërmarrje sociale marrin të dhëna përmes kontaktit të drejt-përdrejtë me donatorët, trajnerët dhe bashkëpunëtorët. Ndonëse konsiderojnë se kanë qasje të mjaftueshme në informacione, ata vënë në dukje nevojën e sistemit të informacionit në fushën e sipërmarrjes sociale, gjegjësisht krijimin e një vendi të vetëm ku do mund të gjenden të gjitha lajmet, trajnimet, shembujt e suksesshëm, organizatat nga të cilat mund të merret mbështetje, mundësitë e financimit, etj.

🕒 **MATJA E NDIKIMIT SHOQËROR**

Idetë e ndërmarrjeve sociale mendojnë se si të matin ndikimin e tyre social. Sigurisht, sepse meqëndenduk kanë filluar funksionimin, matja e ndikimit shoqëror është pjesë e planeve të rritjes dhe zhvillimit, por të gjithë u përgjigjën se tashmë janë duke punuar në një metodologji të caktuar që do t'i ndihmojë të matin suksesin dhe ndikimin social që nga momenti kur do të jenë ndërmarrje sociale funksionale. Si propozim dhe gjithashtu nevojë, një pjesë e ndërmarrjeve sociale mendojnë se ka nevojë për trajnim dhe mentorim për zbatimin e disa metodologjive ekzistuese ndërkombëtare për matjen e ndikimit të ndërmarrjeve sociale.



KONKLUZIONE

Sipas analizave të mësipërme të ndërmarrjeve sociale ekzistuese dhe ideve operacionale për ndërmarrjet sociale, mund të nxirren konkluzionet e mëposhtme:

- 1** Në lidhje me misionin social, ekziston një nevojë e qartë dhe urgjente për zgjidhje efektive ligjore që do të sigurojë statusin e ndërmarrjeve sociale, do të vendosë rregulla për qeverisje dhe transparencë dhe do të ndihmojë ndërmarrjet sociale të forcojnë misionet e tyre sociale. Ngritja e kapaciteteve shtesë për komunikim, marrëdhënie me publikun dhe ndërgjegjësim nevojitet gjithashtu për komunikimin me sukses të misionit social dhe thyerjen e temave tabu në shoqëri. Për ndërmarrjet sociale që punojnë me grupe më të ndjeshme të qytetarëve, nevojiten njohuri dhe aftësi shtesë për përfshirjen dhe pranimin e misionit të tyre social. Edhe pse ndërmarrjet sociale misionin social e konsiderojnë siforte, të tyren, gjetjet e Studimit bazë dhe hulumtimeve të tjera tregojnë për mospërputhje të caktuara dhe nevojën për ngritjen e kapaciteteve edhe në këtë pjesë.
- 2** Plani i biznesit si një element kryesor që duhet të sigurojë qëndrueshmërinë dhe rezistencën e ndërmarrjeve sociale është një nga sfidat më të mëdha. Ndërmarrjet sociale nuk posedojnë aftësi dhe njohuri për zhvillimin dhe zbatimin e planeve të biznesit dhe varen nga asistenca e ekspertëve të jashtëm, e cila është jokonsistente për shkak të qasjes së bazuar në projekte ndaj sipërmarrjes sociale dhe varësisë nga mbështetja e donatorëve ndërkombëtarë. Në këtë kontekst, planet për rritjen dhe zhvillimin e ndërmarrjeve sociale ekzistojnë për të gjitha ndërmarrjet sociale, por vetëm tre prej tyre kanë ndërmarrë veprime konkrete për zgjerimin e tregjeve vendase dhe të huaja dhe prodhimin e produkteve dhe shërbimeve të reja, gjë që flet për kapacitetet e ulëta për shkallëzimin e tyre (scaling). Nga analiza rezulton se ndërmarrjet sociale ose nuk i kanë ose nuk i ndjekin planet e tyre të biznesit dhe ky është një nga faktorët kryesorë të fuqisë së ulët ekonomike, ndikimit dhe qëndrueshmërisë financiare të tyre.
- 3** Aftësitë dhe njohuritë që zotërojnë ndërmarrjet sociale nuk korrespondojnë me atë që është e nevojshme për menaxhimin e tyre si subjekte ekonomike. Ndërmarrjet sociale zotërojnë më shumë aftësi sesa "sektori jofitimprurës" si menaxhimi i burimeve njerëzore, puna në grup, menaxhimi i projekteve, shkrimi i propozim-projektit etj. të cilat sigurisht janë të dobishme për punën e përditshme, por jo vendimtare për suksesin, rritjen dhe zhvillimin e tyre. Pavarësisht nga forma e veprimit (organizatë joqeveritare, ndërmarrje, kooperativë apo fermer), ndërmarrjet sociale kanë karakteristika dhe sjellje më shumë si subjekte jofitimprurëse sesa entitete fitimprurëse. Në përgjithësi, "sipërmarrësia" në ndërmarrjet sociale mungon sepse ndërmarrjeve u mungojnë aftësitë dhe njohuritë bazë të biznesit për menaxhimin financiar, shitjet (veçanërisht digjitale), marketingu dhe promovimi (sidomos digjital), politikat e çmimeve, negociimi etj. si thelbësore për drejtimin e çdo sipërmarrjeje të orientuar drejt tregut, përfshirë edhe atë sociale. Të dhënat nga Studimi bazë dhe hulumtime të tjera që pasqyrojnë fuqinë e dobët ekonomike dhe ndikimin socio-ekonomik të tyre në mënyrë plotësuese e konfirmojnë këtë.

Megjithëse aftësitë dhe njohuritë janë më themelore te idetë për ndërmarrjet sociale, ndërsa nevojat për përmirësim dhe aftësi dhe njohuri të reja janë më të larmishme, ato ende kanë nevoja pothuajse identike si ndërmarrjet sociale për planifikim të biznesit, menaxhim financiar, marketing dhe promocion, shitje, negociata, përcaktim të çmimit, etj. Atë që konsiderojnë se janë pikat e tyre të forta janë njohuritë dhe përvoja juridike dhe administrative, si dhe menaxhimi i burimeve njerëzore, zhvillimi strategjik dhe planifikimi. Social Business Canvas-i, si mjeti kryesor në fazën e ideimit, njihet dhe zhvillohet pothuajse nga të gjitha ekipet. Ashtu si planet e biznesit të ndërmarrjeve sociale, edhe Social Business Canvas-i, krijohet me ndihmën e ekspertëve të jashtëm në kuadër të disa programeve apo trajnimeve ideuese, gjë që nuk garanton njohuri të përhershme për modifikimin dhe realizimin e këtij mjeti nga ekipet e ideimit për ndërmarrjet sociale.

4

Ndërmarrjet sociale me kalimin e viteve shpesh ndjekin trajnime dhe programe për ngritjen e kapaciteteve, njohurive dhe aftësive të tyre dhe konsiderojnë se ato janë gjithmonë të nevojshme, pavarësisht fazës dhe gjendjes së ndërmarrjes sociale. Kështu, vetëm dy nga gjithsej 23 ndërmarrje sociale nuk ishin pjesë e trajnimeve dhe programeve të tilla, ndërsa pjesa tjetër ndjekin rregullisht aktivitete për ngritjen e kapaciteteve, kryesisht nga organizata joqeveritare dhe ndërkombëtare në vendin tonë. Deri më tani, më të dobishmet për ta janë trajnimet e individualizuara dhe praktike në segmentet që përkufizohen si dobësia më e madhe e tyre: menaxhimi financiar, modelimi i biznesit, marketingu, shitjet, komunikimet, politikat e çmimeve etj.

Ndërmarrjet sociale kanë nevojë për vazhdimin e këtyre trajnimeve dhe konsistencën dhe inovacionin më të madh të tyre në përmbajtje dhe formë. Është e rëndësishme të theksohet se trajnimi duhet të jetë praktik dhe duhet të kryhet nga një sipërmarrës me përvojë, i cili tashmë ka përvojë dhe mund të japë udhëzime se çfarë funksionon dhe çfarë jo në industri dhe kanale të caktuara shitjesh. Mbështetja këshilluese/ konsulente nga sipërmarrës të tjerë socialë ose ekspertë në fushën e sipërmarrjes sociale dhe jo klasike, janë veçuar si më të dobishmet. Është e rëndësishme që ligjëruesit dhe trajnerët të kenë përvojë në biznes. Sigurisht, aftësitë teknike si marketingu, komunikimi dhe të tjera kanë nevojë për ekspertë që kanë punuar tashmë me biznese të vogla (start-ups) që kanë pasur buxhete të kufizuara, në mënyrë që të jenë në gjendje të ndajnë shembuj specifikë të strategjive të tyre të zbatuara me sukses. E njëjta gjë vlen edhe për idetë e ndërmarrjeve sociale. Dhe ata kanë nevojë për një qasje individuale, mentorime praktike, takime konsultative dhe trajnime të dedikuara për aftësi për planifikimin e biznesit, menaxhimin financiar, marketingun, komunikimin dhe shitjet.

5

Mbështetja financiare dhe tekniko-teknologjike janë llojet më të nevojshme të mbështetjes për ndërmarrjet sociale. Financat në dispozicion për rritjen dhe zhvillimin e ndërmarrjeve sociale janë të pakta dhe të diversifikuara mjaftueshëm. Ndërmarrjet sociale varen më së shumti nga financat e donatorëve ndërkombëtarë dhe deri diku nga institucionet vendase që ofrojnë mbështetje financiare të bazuar në projekte dhe mbështetje financiare afatshkurtër. Nga ana tjetër, institucionet, komunat dhe bizneset vështirë se duhet të shfaqen si blerës dhe mbështetës dhe të garantojnë qëndrueshmëri më të madhe financiare. Mbështetja e nevojshme tekniko-teknologjike është e larmishme në varësi të natyrës dhe shkallës së ndërmarrjeve sociale, por zakonisht i referohet vendndodhjes (lokaleve), tokës, pajisjeve, makinerive, etj.

Nga ana tjetër, ndërmarrjet sociale tregojnë gatishmërinë e tyre për t'u përballur me sfidat ligjore dhe administrative, dhe shumica e tyre kanë përvojë dhe njohuri në përgatitjen e aplikacioneve për financim si një nga mënyrat për të mbledhur mjete financiare.

Financat, edukimi (aftësitë dhe kapacitetet e biznesit) dhe mbështetja tekniko-teknologjike janë gjithashtu sfidat më të mëdha edhe për ekipet e ideve që sipërmarrjet sociale të fillojnë të punojnë. Kapitali fillestar i nevojshëm për ngritjen e ndërmarrjeve të reja sociale mungon për shkak të diversifikimit të pamjaftueshëm të programeve të financimit dhe partneriteteve të dobëta me institucionet shtetërore, komunat dhe bizneset. Dhe këtu, shumica e ideve kanë aftësitë dhe përvojën për të përgatitur aplikime për financim. Mbështetja teknike, nga ana tjetër, shihet më së shumti nga idetë për ofrimin e lokacionit/hapësirës dhe shërbimeve falas dhe digjitalizimin (shërbime TI, kontabilitet, shërbime ligjore, trajnime, etj.) për ndërmarrjet e reja sociale të mbështetura nga komunat, institucionet shtetërore dhe bizneset të nevojshme për një fillim të suksesshëm.

6

Si forma më e preferuar, ndërmarrjet sociale dhe për idetë e sipërmarrjeve sociale veçojnë mbështetjen mentoruese dhe këshilluese sepse kanë nevojë për mbështetje të strukturuar dhe të synuar që korrespondon me realitetin dhe planet e tyre për rritje dhe zhvillim. Seancat e mentorimit dhe konsulencës janë më të nevojshme në ato segmente në të cilat ndërmarrjet sociale janë më të dobëta, siç janë planifikimi i sipërpërmendur i biznesit, menaxhimi financiar, marketingu, shitjet, komunikimi, politikat e çmimeve, etj. Edhe pse deri më tani pjesa më e mirë e ndërmarrjeve sociale tashmë kanë qenë pjesë e proceseve të tilla tematike, ekziston nevoja për rregullsinë dhe konsistencën e tyre për të krijuar qëndrueshmëri financiare dhe rezistencë afatgjatë. Përveç mentorimit dhe konsultimit të përmendur më lart, disa nga idetë për ndërmarrjet sociale konsiderojnë se nevojiten konsultime në grup sipas kategorive të grupimeve dhe industrive të udhëhequra nga ekspertë me përvojë dhe sipërmarrës socialë.

Një pjesë e kësaj lloji mbështetjeje ekziston në ekosistemin startup në vendin tonë, por nuk përdoret mjaftueshëm si nga sipërmarrjet sociale ashtu edhe nga idetë për ndërmarrjet sociale për shkak të mungesës së informacionit, kuadrit të paqartë ligjor për ndërmarrjet sociale dhe mungesës së mbështetjes nga autoritetet qendrore dhe lokale. Informacionet për risitë dhe mundësitë e ekosistemit për sipërmarrje sociale, sipërmarrjet sociale dhe idetë që ato marrin kryesisht përmes abonimeve elektronike mujore dhe nga buletinet, dhe rrjetet sociale Facebook dhe LinkedIn të organizatave joqeveritare dhe mediave online. Kur bëhet fjalë për informimin, vihet re nevoja për një vendosje më të sistemuar dhe më të centralizuar të informacioneve.

7

Ndikimi social si motiv bazë i ndërmarrjeve sociale është krejtësisht i pavërejtur nga vetë ndërmarrjet sociale dhe është lënë në margjinat e funksionimit të tyre. Vetëm një ndërmarrje sociale ka zhvilluar një metodologji për të matur ndikimin e saj social, ndërsa të tjerat ose nuk kanë menduar fare ose nuk kanë krijuar metodologji matje pavarësisht nga ekzistenca e tyre shumëvjeçare. Kjo tregon për ndërgjegjësimin e ulët të ndërmarrjeve sociale për rolin e tyre, si dhe për sfidat me misionin social të përmendur më sipër, përkatësisht vetë qëllimin e ekzistencës së ndërmarrjeve sociale si një nga aktorët për të ndihmuar dhe mbështetur kategoritë e cenueshme të qytetarëve dhe përmirësimin e kushteve socio-ekonomike në shoqëri.

Idetë e ndërmarrjeve sociale kanë konsideruar prezantimin e metodologjive të caktuara për të matur suksesin dhe ndikimin e ndërmarrjeve të tyre të mundshme. Ata më tej identifikojnë nevojën për trajnim dhe mentorim për vendosjen e metodologjive ekzistuese ndërkombëtare të ndikimit social në planet e tyre.



8 Në përgjithësi, ndërmarrjet sociale kanë nevojë për njohje dhe diferencim nga bizneset tradicionale nëpërmjet legjislacionit që do t'u japë atyre statusin e ndërmarrjeve sociale. Për shkak të rolit të tyre në shoqëri, ndërmarrjet sociale në vendin tonë, njësoj si në vendet me ekonomi sociale të zhvilluar, kanë nevojë për lehtësim financiar, subvencione, plasim të siguruar, bashkëpunim me komunat dhe institucionet e tjera, etj. Mungesa e një forme ligjore është gjithashtu sfidë për disa nga idetë për ndërmarrjet sociale që kanë vështirësi në zgjedhjen e formës ligjore të funksionimit, gjegjësisht të vendosin se si të regjistrohen.



9 Rrjetëzimi dhe mbështetja nga ekosistemi lokal. Është e nevojshme që ndërmarrjet sociale dhe themeluesit e tyre të përfshihen aktivisht në zhvillimet dhe lëvizjet e ekosistemit startup. Në të njëjtën kohë, nevojitet një rrjetëzim më i mirë ndërmjet ndërmarrjeve ekzistuese sociale për të filluar bashkëpunimin e ndërsjellë, si dhe për t'u mbështetur nga vetëqeverisja lokale dhe bizneset ekzistuese për të përshpejtuar rritjen e ndërmarrjeve sociale.

Krahas kësaj, duhet një ndërgjegjësim më i madh i ndërmarrjeve sociale për të arritur misionin dhe ndikimin e tyre si te qytetarët, ashtu edhe te institucionet dhe bizneset, gjë që mund të arrihet vetëm përmes asociimit dhe veprimit të përbashkët të ndërmarrjeve sociale. Në këtë kuptim, ndërmarrjet sociale kanë nevojë për ngjarje të rregullta për rrjetëzim, shkëmbimin e përvojave dhe praktikave të mira, por edhe aftësi për rrjetëzim, bashkëpunim dhe avokim. Kjo me synimin për të zhvilluar solidaritetin, vizibilitetin dhe krijimin e partneriteteve mes tyre, por edhe me institucionet shtetërore që duhet të jenë mbështetësit më të mëdhenj të ndërmarrjeve sociale dhe ekonomisë sociale.



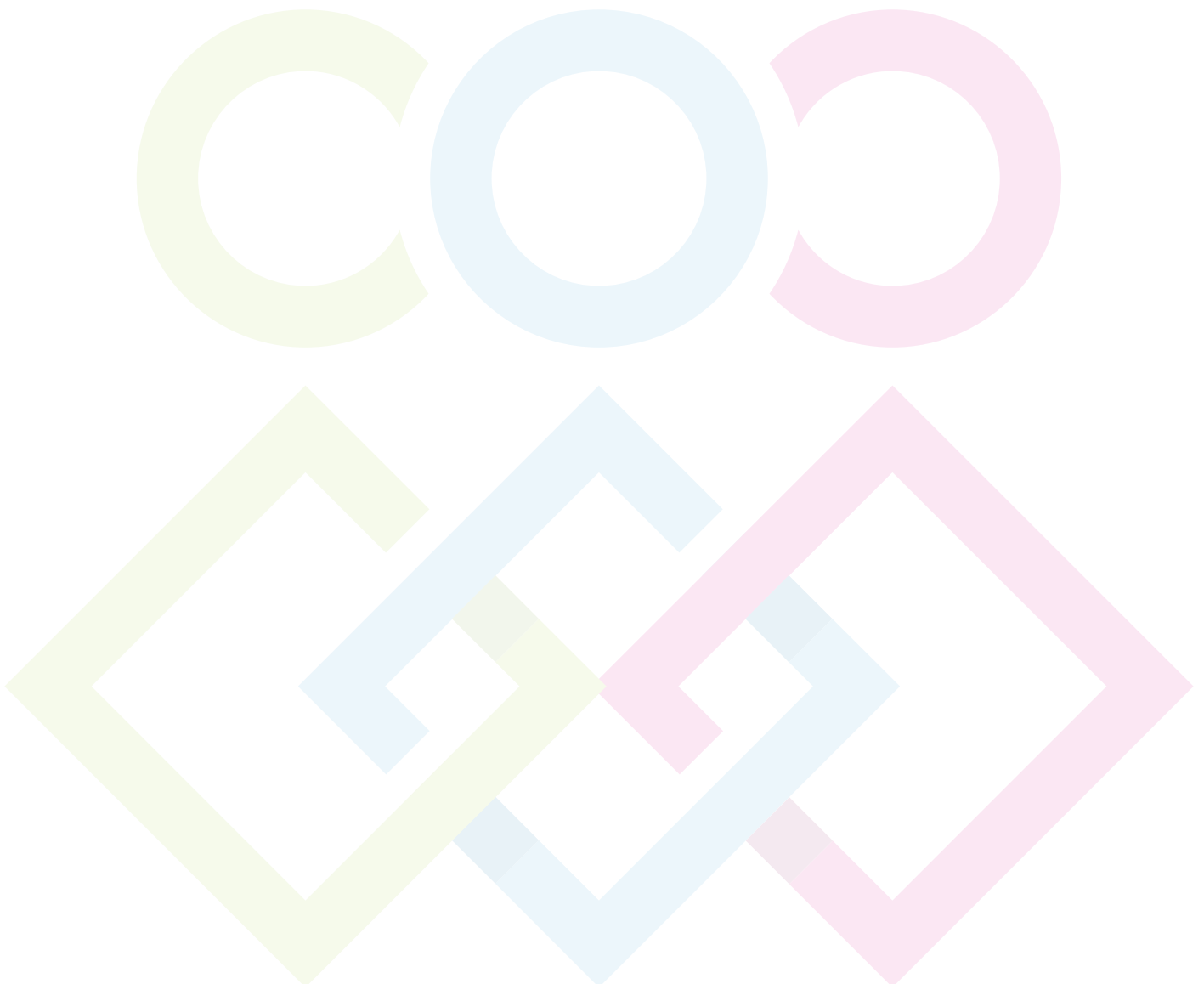
REKOMANDIME

Kjo analizë ofron rekomandimet e mëposhtme për institucionet, donatorët, organizatat joqeveritare, rrjetet dhe palët e tjera aktive të interesuara për mbështetjen e nevojshme dhe ngritjen e kapaciteteve të ndërmarrjeve ekzistuese sociale dhe ideve të sipërmarrjeve sociale:

- Të organizohen aktivitete për të ngritur frymën sipërmarrëse të ndërmarrjeve sociale dhe për të nxitur të menduarit e orientuar drejt tregut;
- Të strukturohen trajnime, seminare, mentorim, sesione konsultimi dhe aktivitete të tjera sipas nevojave dhe nivelit të zhvillimit të ndërmarrjeve sociale (nivele fillestar, i mesëm, i avancuar);
- Të organizohen aktivitete për ngritjen e aftësive dhe njohurive për komunikimin e misionit social me grupet e synuara dhe publikun e gjerë, si dhe për ripërcaktimin dhe përditësimin e qëllimeve dhe misionit shoqëror;
- Të ofrohen aktivitete për përvetësimin e aftësive dhe njohurive për zhvillimin dhe zbatimin e duhur të planeve të biznesit të ndërmarrjeve sociale;
- Të ofrohet mbështetje e rregullt dhe mentoruese për modifikimin e planeve të biznesit duke respektuar ndryshimet dhe efektet e reja të shkaktuara nga pandemia Covid-19;
- Të organizohen aktivitete për përvetësimin e aftësive, njohurive dhe përvojave praktike për menaxhimin financiar dhe mbledhjen e financave jashtë aplikacioneve të bazuara në projekte, si negociata direkte, inovacione në shitje, investime direkte, fushata crowdfunding, etj. ;
- Të ofrohen aktivitete për aftësi të reja dhe moderne për marketing dhe promovim, negociim biznesi dhe shitje, veçanërisht marketing digjital dhe shitje digjitale;
- Të ofrohen mbështetje për përvetësimin e aftësive më të fundit për komunikim dhe përdorimin e mjeteve digjitale për komunikim;
- Të ofrohen mbështetje për zhvillimin e strategjive cilësore dhe gjithëpërfshirëse për komunikim në përputhje me tendencat e reja të komunikimit online;
- Të organizohen aktivitete për rritjen e kapaciteteve kërkimore dhe analitike të ndërmarrjeve sociale për hulumtimin e tregut dhe përcaktimin e politikave të çmimeve;

- Të kultivohet qasja individuale e lidhur ngushtë me nevojat e ndërmarrjeve sociale, apo grupimeve dhe industrive të ndërmarrjeve sociale, nëpërmjet shërbimeve të mentorimit dhe këshillimit nga sektori i ekonomisë sociale;
- Të organizohen trajnime për përvetësimin e aftësive praktike dhe të aplikueshme, si dhe evente dhe aktivitete për shkëmbimin e përvojave, mobilitet, job-shadowing, etj.;
- Të shmanget përsëritja e trajnimeve, punëtorive, seminareve dhe ngjarjeve të tjera që kanë të bëjnë me përmbajtje tashmë të përfunduara dhe teorike si bazat e sipërmarrjes sociale, qasjet akademike, politikat e përgjithshme për sipërmarrjen sociale dhe të ngjashme;
- Të sigurohen financa të konsiderueshme dhe të diversifikohet portofoli i financimit të ndërmarrjeve sociale duke përfshirë komunitetin e biznesit, bankat, komunat dhe institucionet shtetërore;
- Të strukturohet mbështetja financiare e organizatave joqeveritare dhe veçanërisht e donatorëve ndërkombëtarë sipas nevojave dhe nivelit të zhvillimit të ndërmarrjeve sociale, përkatësisht të shmangen praktikat e mëparshme të financimit të përgjithshëm të bazuar në projekte;
- Të diversifikohet mbështetja financiare e shtetit, organizatave joqeveritare dhe donatorëve ndërkombëtarë për ndërmarrjet ekzistuese (personat juridikë) dhe ndërmarrjet sociale potenciale (subjektet e paregjistruara);
- Të krijohet një zgjidhje ligjore që do të krijojë një mjedis të favorshëm për ndërmarrjet sociale, do të njohë rolin e tyre dhe do të sigurojë përfitime financiare dhe përfitime të tjera sipas shembullit të vendeve të tjera të BE-së;
- Të organizohen trajnime, seminare dhe aktivitete të tjera që do të sensibilizojnë institucionet shtetërore, komunat dhe bizneset për ndërmarrjet sociale dhe rolin e tyre;
- Të organizohen aktivitete për rritjen e ndërgjegjësimit dhe njohurive të institucioneve shtetërore, komunave dhe bizneseve për bashkëpunime të reja dhe veprime të përbashkëta me ndërmarrjet sociale, veçanërisht mbështetjen financiare të tyre nëpërmjet marrëdhënieve ekonomike, prokurimeve publike, partneriteteve publiko-private, kontratave për shërbime sociale etj.
- Të organizohen aktivitete për përvetësimin e aftësive dhe njohurive të ndërmarrjeve sociale për bashkëpunim dhe rrjetëzim me institucionet shtetërore, komunat dhe bizneset, si dhe të forcohen aftësitë e tyre për përfaqësim, propozim dhe krijim të politikave publike në fushën e ekonomisë sociale;
- Të organizohen evente për rrjetëzim dhe lidhje ndërmjet ndërmarrjeve sociale dhe institucioneve shtetërore, komunave dhe bizneseve, si dhe me mediat si aktorë të rëndësishëm në procesin e ndërgjegjësimit dhe formësimit të opinionit publik;

- Të mbështetet krijimi i koalicioneve, rrjeteve, platformave dhe llojeve të tjera të shoqatave të ndërmarrjeve sociale për ndërgjegjësimin e qytetarëve dhe mediave dhe aktorëve të tjerë përkatës, si dhe krijimin e partneriteteve të reja dhe bashkëpunim ekonomik ndërmjet vetë ndërmarrjeve sociale;
- Të organizohen evente për promovimin e rolit dhe shërbimeve të sistemit start-up, si info ditë, evente publike, prezantime, etj. dhe të ofrohen informacione të qarta për mbështetjen që mund të ofrojë për ndërmarrjet sociale;
- Të krijohet një media/informator për ndërmarrjet sociale që do të sistemojë dhe centralizojë informacionet rreth mundësive dhe risive, si platforma online, qendër burimore, qarkore informacioni ose mjete të tjera online;
- Të ofrohen aktivitete për krijimin dhe zbatimin e një metodologjie për matjen e ndikimit social të ndërmarrjeve sociale dhe një metodologji për monitorimin e ndikimit të tyre social;



LITERATURA E PËRDORUR

- Ana Filipovska, Analiza e nevojave për zhvillimin e ndërmarrjeve sociale në Republikën e Maqedonisë, HERA, 2017. Në dispozicion në: <https://bit.ly/3OB-w8Xa>
- Shoqata "Pablik", Analiza e kapaciteteve të ndërmarrjeve sociale në Maqedoninë e Veriut, 2019. Në dispozicion në: <https://bit.ly/3PBYPQbr>
- Komisioni Evropian, Ekonomia Sociale në Bashkimin Evropian, 2022. Në dispozicion në: <https://bit.ly/3S39HNm>
- Fondacioni Friedrich Ebert, Analizë e kushteve dhe sfidave për zhvillimin e sipërmarrësisë sociale në Republikën e Maqedonisë, 2016. Në dispozicion në: <https://bit.ly/3b6VOx0>.
- Ligji për pjesëmarrjen rinore dhe politikën rinore të R. së Maqedonisë së Veriut (G. Zyrtare e R.M. nr: 10/2020, datë 16.1.2020). Në dispozicion në: <https://bit.ly/3oz6veW>
- Ligji për shoqata të qytetarëve dhe fondacione, ("Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr. 31/98 nga 02.07.1998).
- Ligji për shoqëritë tregtare ("Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr. 28/2004; 84/2005; 25/2007; 87/2008; 42/2010; 48/2010; 24/2011; 166/2012; 70/2013; 119/2013; 120/2013; 187/2013; 38/2014; 41/2014; 138/2014; 88/2015; 192/2015, 6/2016 dhe 61/2016).
- Ligji për marrëdhëniet e punës ("Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr. 62/2005; 106/2008; 161/2008; 114/2009; 130/2009; 149/2009; 50/2010; 52/2010; 124/2010; 47/2011; 11/2012; 39/2012; 13/2013; 25/2013; 170/2013; 187/2013; 113/2014; 20/2015; 33/2015; 72/2015; 129/2015 dhe 27/2016).
- Ligji për kooperativat bujqësore (Gazeta Zyrtare e RM-së, nr.23, datë 14.2.2013, nr. 51, datë 31.3.2015, nr.193, datë 6.11.2015 dhe nr.39 datë 29.02.2016)
- Ligji për kryerjen e veprimtarisë bujqësore ("Gazeta Zyrtare e RM-së" 11/2002; 89/2008; 116/2010; 53/2011; 39/16)
- Zdravko Veljanov, Nga një kornizë më e mirë ligjore në një klasë në rritje të sipërmarrësve socialë në Maqedoni, Qendra për Hulumtim dhe Krijimin e politikave, 2017. Në dispozicion në: <https://bit.ly/3z655xk>
- Marjan Icoski dhe Olga Rajçiq, Studim bazë mbi Ndërmarrjet Sociale në Maqedoninë e Veriut, Këshilli Rinor Nacional i Maqedonisë (KRNМ), gusht 2022

- Ministria e Punës dhe Politikës Sociale, Regjistri i Ofruesve të Shërbimeve Sociale, 2022. Në dispozicion në: <https://www.mtsp.gov.mk/registri.nspk>
- Strategjia kombëtare për zhvillimin e ndërmarrjeve sociale në Republikën e Maqedonisë së Veriut (2021-2024), Ministria e Punës dhe Politikës Sociale, 2021. Në dispozicion në: <https://bit.ly/3zxXUPZ>
- Association for Democratic Prosperity – Zid, Supporting Youth Social Entrepreneurship in the Western Balkans and Europe, 2021. Në dispozicion në: <https://bit.ly/3BhzFqB>
- Regional Incubator for Social Enterprises (RISE), Regional Study and Guidelines on Social Entrepreneurship in the Western Balkans, 2020. Në dispozicion në: <https://bit.ly/3Bhkb5J>
- Klimentina Iljevski and Aleksandra Iloska, Social Enterprises and their Ecosystems in Europe, Country fiche-FYROM, 2018. Në dispozicion në: <https://bit.ly/3Q2DNil>
- Mladiinfo International, Social Economy as a Main Driver of Economic and Social Development in the Western Balkans and Visegrad Region, 2020. Në dispozicion në: <https://bit.ly/3PXQStb>



