

Становище

За дисертационния труд на Мила Станчева

Моралните каузи на предприемачеството

Пренареждане и презареждане на сектори: за променените връзки между институции, пазар и гражданско общество през примера на социално мотивирани бизнес инициативи

за присъждане на образователна и научна степен „доктор“

в професионално направление 3.1. Социология, антропология и науки за културата (Културология. Културна антропология)

Познавам Мила Станчева- наша отлична студентка, ангажирана както с изследователска, така и с гражданска дейност. Като мой докторант тя съвместно изпълни своите преподавателски задължения и беше високо оценена от студентите; включи се в редица изследователски дейности на катедрата, представи части от работата си на университетски форуми и направи редица научни публикации. Темата на дисертацията, която си избра е едновременно оригинална и предизвикателна: задачата ѝ е да потърси пресечната точка между бизнес и морални каузи в съвременното българско общество.

Обект на представеното изследване е мобилизирането на бизнеса за обществено значими каузи – става дума, както пише авторката, за „постигане идеални цели с добавена обществена стойност посредством механизмите на пазара“. Тази относително нова за България форма на справяне с проблемите на обществото започва да придобива все по-голямо значение в хода на отстъплението на социалната държава от предишните ѝ ангажименти.

В теоретичното изложение на дисертацията авторката обсъжда нарастващите недоволства от съвременния капитализъм, очакването производството, както и потреблението да не са насочени само към печалба, а да изпълняват определени социални функции. Противоречието между безотговорния към конкретните места и народи неолиберализъм и подобно морално изискване от страна на гражданското общество поражда многобройни двусмислия и конфликти. Работата ще обсъди търсенето от съвременните общества на някакъв трети път (по Гидънс) между солидарността и индивидуализма, между социалната държава и пазарната стихия. Като подобен трети път се привижда социалното предприемачество: бизнес начинание, мотивирано - освен икономически - и от обществено значими морални каузи.

Обичайно подобна проблематика у нас изследват икономисти. Оригинален принос на авторката е, че разработва темата с антропологически методи: интервюира, анализира организационната структура на социалните предприятия, на места дори извършва включени наблюдения. Теренната ѝ работа е върху кооперации на хора с увреждания, НПО-та за хора с умствени проблеми, търговски организации, наемащи изключени социални групи (например бежанци), обучителни програми и конкурси за социални предприемачи, базари за продукти с морална кауза и пр.

Сложни и двусмислени са отношенията между социалните предприятия и семействата на хората в неравностойно положение, за които и едните и другите се грижат. Интересни са

анализите на отношенията вътре в гражданския сектор, където организациите се конкурират в търсенето на проекти, а доброволчеството нерядко се превръща в платена работа. Нерядко европейското законодателство по тази тема влиза в сложни отношения с българското, което опитва да навакса изоставането на страната от подобни практики, въведени отдавна в други страни.

Много интересни са наблюденията върху мотивацията на участниците в социалните предприятия. Често млади хора от поколението на милениъсите се хващат с тази работа не заради парите, а за да вършат нещо смислено. Подобно търсене на морална кауза показва, че и у нас нараства усещането за безсмислие на трудовия процес, описано от Дейвид Грейбър. Поставен е важният въпрос за труда днес – фактор за интегриране в обществото, но и за осмисляне на живота на човека. Не случайно респондентите често говорят за „творчески“ труд, стремят се да превърнат „правенето на добро“ в кариера.

По същия начин социалното предприемачество преосмисля потреблението – да купиш стока от социално предприятие е кауза, дар. Моралният компонент се превръща в добавена стойност на продукта, но можем да го мислим и като един вид реклама, откъдето двусмислието на явлението. Обратната страна на моралното потребление долавяме в изказването на един респондент, че ни се „продава вина“ - защото ние, за разлика от производителите на продукта, сме здрави и щастливи. Трудно обаче може да си представим преодоляване на тази вина, която е в основата на човешката солидарност. От кой момент тя ще се превърне в бизнес стратегия е въпрос пред обществения морал, а впрочем и на законодателството.

Интересен момент от работата е паралелът, направен между българските и бразилските социални предприятия благодарение на тримесечен терен на Станчева в Сао Пауло. Поради различната история, там очакванията от социалната държава са по-ниски – а и приватизирането на солидарността е почнало по-отдавна и функционира по-добре. Дейците, които Станчева интервюира, са много по-бизнес ориентирани, по-откровено говорят за това, че няма нищо лошо да се печелят пари от социалните каузи, а цялата им дейност е много по-технологизирана. Този паралел като че ли говори за посоката, в която вероятно ще се развие социалното предприемачество и у нас – един вид полезен и успешен бизнес, който разтоварва държавата от досегашната ѝ отговорност.

Принос на дисертацията е, че анализира една бурно развиваща се форма на социална солидарност с всичките ѝ противоречия. Констатирано е постепенното изместване на старите НПО-та, свързани с проекти и доброволчество, от нови бизнес-ориентирани играчи, които съчетават кауза и печалба. Отстъплението на социалната държава и делегирането на нейни правомощия (а и тези на семействата) на гражданското общество е труден процес, който поражда не само човешки конфликти, но и нужда от законодателни промени, която също с обсъжда в работата. Установена е и промяна в нагласите на българското общество, което започва да преодолява съпротивите срещу новата форма на солидарност, да обсъжда понятия като корпоративна отговорност, устойчиво гражданство, политически консумеризъм, да си задава въпроса какъв е смисълът на труда отвъд оцеляването.

В заключение: дисертацията засяга важен, неизследван проблем и предлага интересни наблюдения и анализи. Теоретичната подплата е сериозна, а изводите имат приносен характер и биха били важни за по-нататъшното разбиране на социалното предприемачество, включително - за евентуалните управленски решения по темата.

Въз основа на всичко казано, убедено подкрепям присъждането на Мила Станчева на образователната и научна степен „доктор“ в професионално направление 3.1. Социология, антропология и науки за културата (Културология. Културна антропология).

София

20. 04. 2022г.

Проф. д.с.н. Ивайло Дичев