

## Лекція 2

### **ТЕМА: ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У КРАЇНАХ ЄС: СПІЛЬНІ РИСИ ТА ВІДМІННОСТІ**

---

**Викладач:** д.т.н., професор кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики **Волков Володимир Петрович**

**Мета:** охарактеризувати соціальні підприємства в країнах ЄС, виокремити спільні риси та відмінності.

#### **Зміст:**

1. Загальна характеристика соціальних підприємств в Європі.
2. Особливості європейської моделі соціального підприємництва.
3. Розвиток соціального підприємництва в Німеччині.

#### **1. Загальна характеристика соціальних підприємств в Європі.**

Підґрунтям для розвитку соціально- го підприємництва в Європі стала активізація з середини ХІХ століття кооперативного руху. На відміну від бізнес- та некомерційних організацій, кооперативи створюються переважно фізичними особами з метою задоволення їх власних економічних, соціальних та інших потреб на засадах самоврядування. На початку ХХ століття кооперативи вже відігравали важливу роль у вирішенні соціальних проблем європейських країн.

Поряд з розвитком кооперативної сфери у всіх європейських країнах, виникають благодійні та інші види некомерційних організацій в секторах охорони здоров'я та соціального обслуговування. Поступово держава починає активно перебирати реалізацію соціальних функцій на себе (приймаються закони у сфері соціального страхування, соціального забезпечення, створюються відповідні державні інституції). Посилення ролі держави у соціальному захисті населення, яке стало орієнтиром для більшості європейських країн, значно обмежило вплив асоціацій, кооперативів, товариств взаємного страхування на розв'язання соціальних проблем. Проте у 70-ті роки ХХ сторіччя на фоні уповільнення економічного зростання, дефіциту державного бюджету, хронічного структурного безробіття (близько 40% безробітних) виявилися прогалини у такій системі державного соціального забезпечення. При цьому європейські країни по-різному реагували на тодішні економічні виклики. Так, Бельгія, Франція, Німеччина та Ірландія у 80-х роках ХХ ст. впровадили програму «вторинного ринку праці», спрямовану на зниження рівня безробіття, яка передбачала інтеграцію безробітних на ринку праці, в реалізації якої брали участь неприбуткові організації.

У країнах Скандинавії, з достатньо високим рівнем соціального захисту населення, неприбуткові організації не брали участь у розв'язанні проблем безробіття, а здебільшого здійснюють свою діяльність у сфері відпочинку та культури. Разом з тим, для скандинавських країн характерний розвинутий кооперативний рух (робочі та сільськогосподарські кооперативи).

Відносно низький рівень державних витрат на соціальні послуги у Великобританії компенсувався активною діяльністю некомерційного сектору, фінансування якого здійснюється переважно бізнес-організаціями. Великобританія у 80-х роках почала активно запроваджувати псевдо-модель соціального забезпечення. Її специфіка полягала у тому, що держава залишала за собою функції фінансування і регулювання соціальних послуг, а їх надання на конкурсній основі могли здійснювати як державні організації, так і неприбуткові та бізнес-організації.

Поступово в європейських країнах соціальне підприємництво оформлюється інституційно та починає отримувати підтримку держави. А саме, починаючи з 90-х років ХХ століття, починають активно створюватися і розвиватися соціальні підприємства у Великобританії, що в основному було обумовлено активною державною підтримкою такого виду діяльності.

## 2. Особливості європейської моделі соціального підприємництва.

У міжнародній практиці прийнято виділяти чотири основні сфери діяльності соціальних підприємств: інтеграція трудових ресурсів – навчання і працевлаштування людей з обмеженими можливостями, осіб, які опинилися в складних життєвих обставинах і безробітних; надання індивідуальних соціальних послуг у таких сферах, як охорона здоров'я, соціальний захист, професійне навчання, освіта, соціальна адаптація та інше; локальний та субрегіональний розвиток депресивних або вразливих територій та регіонів; збереження екосистем, спорт, мистецтво, народні промисли, культура, наука, дослідження й інновації, захист прав споживачів та інше.

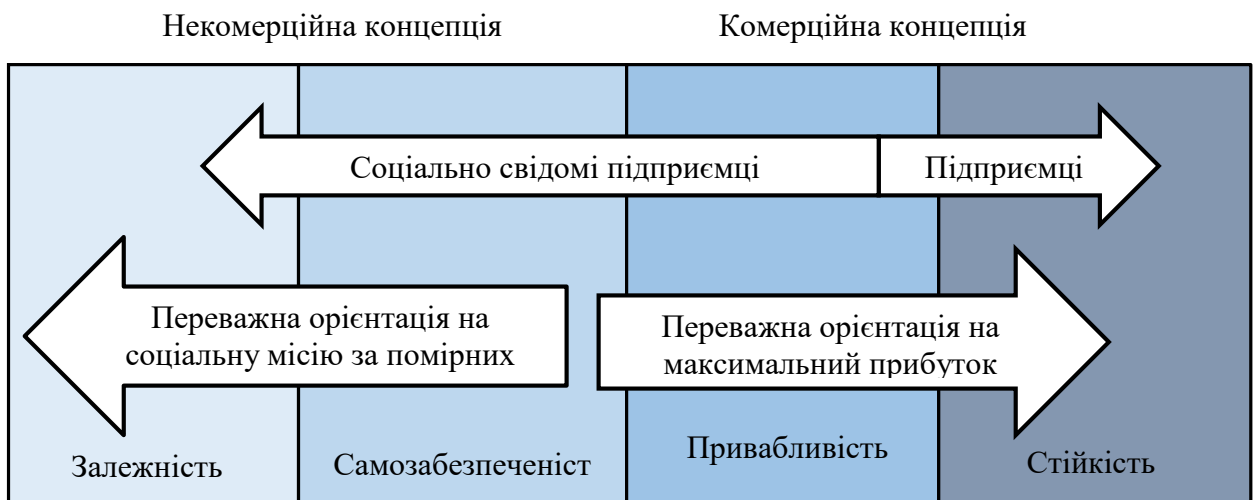


Рисунок 2.1 - Межі соціального підприємництва

Відмітимо, що зарубіжні моделі соціального підприємництва відрізняються роллю держави (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 - **Зарубіжні моделі соціального підприємництва**

Моделі	Участь держави в підтримці діяльності соціальних підприємств
Бельгія, Нідерланди, Норвегія, Швеція	активна підтримка розвитку соціального підприємництва на законодавчому рівні
США, Канада, Японія	регулювання на рівні підприємств, благодійність
Австрія, Німеччина, Франція	адресні комплексні соціальні програми соціальним підприємствам і реалізація спільних бізнес-проектів
Велика Британія	надання соціальних інвестицій для підприємств

На основі даних, представлених таблицею, зробимо висновок, що модель Бельгії, Нідерландів, Норвегії та Швеції передбачає прийняття відповідної законодавчої бази (законодавчо закріплена діяльність соціальних підприємств із стимулюванням через надання пільг, наприклад «компанії соціальної мети» (Бельгія), котра сприяє активізації соціального підприємництва. Для США, Канади та Японії характерними є регулювання на рівні підприємства, адже відсутні вимоги щодо методу управління та юридичного статусу соціального підприємства, можливість займатися благодійністю за рахунок надання безвідсоткових позик або з мінімальним відсотком). Прикладом тісної взаємодії з соціальними підприємствами є модель Австрії, Німеччини та Франції, котра передбачає реалізацію спільних програм для вирішення соціальних питань (програми навчання, створення консультаційних центрів, асоціації соціальних підприємців). Підтримка соціальних підприємців шляхом інвестування в розвиток «компаній, що працюють в інтересах громади» (social interest companies) характерна для Великої Британії (здійснюється через національний орган соціального підприємства (коаліцію) – Social Enterprise UK).

Зауважимо, що поступово відмінність між моделями соціального підприємництва зменшується. Особливістю такої форми господарської діяльності як соціальне підприємництво можливо описати дуальною бізнес-моделлю, яка поєднує комерційні та некомерційні цілі, взаємно пов'язані між собою. На основі співвідношення між зазначеними нами цілями прийнято виділяти європейську та американську моделі соціального підприємництва.

Підкреслимо, що європейська модель соціального підприємництва характеризується головним чином орієнтацією на соціальні цілі, тоді як американська – переважно на комерційну складову господарської діяльності. Баланс між соціальними цілями та матеріальною складовою досягається спрямуванням фінансових потоків на реалізацію соціальних завдань. Важливо, що у США в центрі уваги перебувають індивідуальні підприємці і їх лідерські якості, тоді як у Європі соціальне підприємництво в значній мірі пов'язане з взаємодією громади та комерційної організації. Американські соціальні підприємства реєструються як некомерційні, але їх діяльність спрямована, в першу чергу, на отримання прибутку. У зазначеному контексті до соціального

бізнесу відносимо: соціальні підприємства; соціально-відповідальний бізнес; компанії, які реалізують разові соціальні програми.

У європейському контексті «соціальне підприємство» – це інноваційно-комерційний підхід у вирішенні соціальних проблем, якого дотримується організація в процесі розвитку бізнесу, що реалізується в основному через некомерційні організації, з можливістю використання в комерційному спрямуванні.

Європейський досвід практики застосування соціального підприємництва значною мірою відрізняється від американської практики, оскільки має кілька особливостей. По-перше, це активна централізована участь держави в соціальній підтримці та допомозі певним категоріям громадян. По-друге, в окремих країнах дефініції «соціальне підприємство» і «соціальні кооперативи» синонімічні. Соціальне підприємництво – це не просто метод вирішення соціальних проблем, а один із засобів стимулювання європейської економіки.

Крім того, соціальні підприємства, розташовані у країнах Європи, надають менше видів послуг порівняно з широким спектром наявних у Сполучених Штатах. Особливістю функціонування європейських соціальних підприємств є їх присутність у певних галузях, державне фінансування яких обмежене, внаслідок чого неможливо максимально забезпечити соціальні потреби людей.

Тому розвиток соціальних підприємств у кожній з європейських країн, зокрема, залежить від загального добробуту й умов господарювання в кожній європейській країні.

Якщо розглядати особливості організації та господарської діяльності соціальних підприємств в країнах ЄС та США, то необхідно констатувати існування певних переваг.

Зокрема, у країнах Західної Європи активно застосовується практика залучення зацікавлених сторін до управління соціальним підприємством та використовуються можливості для участі уряду в процесі розвитку соціального підприємництва.

Порівняння особливостей соціального підприємництва в ЄС та США дозволяє визначити позитивний досвід, який може бути використаний для підвищення ефективності господарської діяльності. Наприклад, в США соціальні підприємства поширені в різних сферах господарської діяльності та мають розгалужену видову класифікації з точки зору правового регулювання, а також існує тісна взаємодія між державою та соціальними підприємствами через укладання угод щодо придбання їх продукції. Зазначені переваги можуть бути використані в організації діяльності соціальних підприємств в країнах ЄС.

### **3. Розвиток соціального підприємництва в Німеччині.**

Як і у більшості європейських країн, у Німеччині підґрунтям для розвитку соціальних підприємств стали благодійні та громадські організації, кооперативи і фонди, які почали створюватися ще у XIX столітті.

Узагальнення спеціальної літератури з даної проблематики дозволяє визначити, що основними передумовами для розвитку німецьких соціальних підприємств стали активна діяльність жіночих та екологічних рухів 60-х-70-х років ХХ століття (це сприяло виникненню соціальних підприємств у якості інструментів соціальної критики, як рішення для масового безробіття і як інструменту місцевого розвитку) та криза в соціальній сфері, починаючи з кінця 1980-х років ХХ століття, що в свою чергу посприяло виникненню соціальних підприємств на базі існуючих благодійних організацій. Окрім цього, відповідна державна політика сприяла доступу комерційних організацій до ринку соціальних послуг.

Разом з тим, у науковому колі даної країн ще не існує єдності щодо визначення соціального підприємства. У дослідженні наводиться визначення соціального підприємства за С. Янсенем, яке найбільше відображає німецький досвід соціального підприємництва: «Соціальні підприємства є або (1) новими формаціями («соціальне підприємство») або (2) трансформацією уже існуючих соціальних організацій («соціальне внутрішньоорганізаційне підприємство»), які мають (3) високий ступінь інституційності, в першу чергу (4) за допомогою статуту корпорації або асоціації і (5) відповідних формальних структур управління, та які приносять користь (6) за допомогою індивідуалістичної структури мотивів щодо (7) підприємницького розвитку (8) інноваційних та масштабованих планів (9) щодо пом'якшення і вирішення соціальних проблем — як це визначено соціальним підприємством.

Діючи таким чином, соціальні підприємства спираються на (10) самолегітимацію (через ЗМІ), і на (11) мобілізацію зовнішніх ресурсів, та діють або (12) в якості конкурентів з раніше створеними державними службами, або (13) за рахунок розвитку нового ринку за аналогією з класичними підприємствами.

Соціальні підприємства не мають, (14) як правило, інтересу самозбереження, коли вирішується певна визначена соціальна проблема, або коли вона більш ефективно вирішується за допомогою інших — ринкових, державних або напівдержавних структур. У разі, якщо це не є можливим, соціальні підприємства застосовують (15) комерційну бізнес-модель для самофінансування, доповнену за необхідності з допомогою пожертв».

Ключовими характерними елементами визначення, використаного вище, є:

- формальна організація, головним чином, така, як підприємство або асоціація;
- початкова організація або переорієнтація існуючих організацій (відповідно до тенденції гібридизації деяких благодійних організацій та асоціацій);
- вирішення соціальних проблем в якості місії;
- підприємницький підхід;
- в основному використання інноваційних рішень (хоча це не обов'язково є характеристикою соціальних «інтрапренерів»);

➤ доходи не обмежені доходами ринку, але можуть надходити від пожертв.

«Dialogue Social Enterprise» (<http://www.dialogue-se.com/>) - соціальне підприємство, що здійснює свою діяльність по всьому світу. Місія полягає в тому, щоб сприяти соціальній інтеграції людей з інвалідністю, знедолених і літніх людей на глобальному рівні. Основними цілями є: підвищення обізнаності про внесок у суспільство людей з інвалідністю та осіб похилого віку, що призводить до інклюзивної поведінки; поліпшення соціально-економічної ситуації людей з обмеженими можливостями, особливо людей з порушеннями слуху чи зору.

Для досягнення цих цілей дане соціальне підприємство організовує виставки, семінари та заходи по всьому світу. «Dialogue Social Enterprise» (DSE) одне із перших СП у всьому світі, яке створило модель соціальної франшизи. Dialogue підприємства працюють в більш ніж 30 країнах і засновані на трьох програмах: Діалог в темряві, Діалог в тиші, Діалог з часом. Окрім цього DSE надає консультаційні послуги корпоративним клієнтам щодо інклюзії.

На сьогоднішній день в Німеччині нараховується близько 100 тис. соціальних підприємств, у діяльності яких задіяно майже 2,5 млн. працівників. Значну роль в активізації соціального підприємництва у Німеччині відіграла активна державна політика у даній сфері. Серед ключових напрямків державної підтримки соціальних підприємств варто виокремити:

➤ впровадження статусу «суспільне благо», який можуть отримати організації з соціальною місією будь-якої організаційно-правової форми; такий статус звільняє від сплати корпоративного податку на прибуток, проте накладає су- ворі обмеження на розподіл прибутку;

➤ Національна стратегія зайнятості до 2010 року, що передбачала: більш широке залучення соціальних підприємств та інших суб'єктів відповідної екосистеми (венчурних філантропічних фондів, міжнародних донорських організацій) в політичний діалог про соціальні інновації та зайнятість; огляд умов ризику капітальних вкладень в суспільно-корисні компанії; вивчення можливості для конкретних конкурсів і нагород для соціальних підприємств з метою підвищення рівня інформованості; включення соціальних підприємств як окремих категорій цільових груп в схеми державної підтримки. Для того, щоб державні органи / організації були більш обізнані і реагували на соціальні інновації, створення необхідних форумів для обміну; підтримка ініціатив, спрямованих на встановлення загальних стандартів для вимірювання та обліку впливу; сприяння співробітництву між соціальними підприємствами, іншими підприємствами, асоціаціями, громадськими інститутами і державними структурами на різних рівнях.

➤ фінансування соціальних підприємств з боку національного банку розвитку KfW та структурних фондів ЄС;

➤ стимулювання волонтерства, яке тою чи іншою мірою дотичне до соціально- го підприємництва;

➤ Закон про німецькі кооперативи, що зрівняв кооперативи з соціальною місією та традиційні кооперативи;

➤ підтримка на регіональному та місцевому рівні - землі і муніципалітети також беруть участь в просуванні і підтримці соціального підприємництва. Наприклад, земля Північний Рейн-Вестфалія створила схему підтримки, спеціально призначену для підприємств, що працюють «для загального блага». Баварія робить акцент на просуванні «соціальних кооперативів». Великі міста Берлін і Мюнхен активно просувають соціальне підприємництво і тісно співпрацювати з зацікавленими сторонами в створенні механізмів їх підтримки.

«Quartiermeister» (<http://www.quartiermeister.org/en/>) - пиво для міста. З кожною придбаною пляшкою пива «Quartiermeister», покупець вносить свій вклад в підтримку соціальних ініціатив і проєктів у районі, де він придбав даний напій.

Прибуток, що отримує СП за рахунок продажу пива, йде на реалізацію соціальних проєктів. Проте «Quartiermeister» - це не лише СП, але й асоціація. Асоціація несе відповідальність за розподіл фінансування і регулює функціонування бізнесу. Ви самі вирішуєте в Інтернеті, які проєкти будуть фінансуватися за рахунок «Quartiermeister». Ви можете також подати заявку на фінансування для вашого власного проєкту чи рекомендувати проєкти з власного міста.

Окрім державних структур, розвитком соціального підприємства займаються й інші організації:

➤ вищі навчальні заклади: впроваджуються навчальні курси з організації діяльності соціальних підприємств та інших організацій «третього сектору»;

➤ фонди Ашока і Шваб допомагають соціальним підприємствам дослідженнями, загальною інформацією, порадами, пошуком партнерів, створенням мереж, фінансування та іншими видами підтримки;

➤ Social Impact Labs в Берліні, Гамбурзі, Франкфурті та Лейпцигу (якими управляє Social Impact gGmbH), а також Social Lab Köln (в сфері освіти) пропонують різні послуги, особливо для стартапів соціальних підприємств: коворкінг-інфраструктуру, консультації, пошук джерел фінансування, створення мереж, науково-дослідні та експериментальні проєкти. Проєкт «AndersGründer» від Social Impact gGmbH надає всебічну підтримку соціальним новаторам;

➤ Impact HUBs в Мюнхені та Берліні пропонують коворкінг-простори, конференц-зали та інші бізнес-інфраструктури для осіб, що ідентифікують себе в якості соціальних підприємців;

➤ IdeaCamp з Берліна націлений на молодих (студентів) соціальних підприємців, програми наставництва, інструктивні матеріали, робочі наради і семінари, а також мережеві можливості;

➤ деякі професійні консультанти, такі як IQ-Consult, спеціалізуються на консультації соціальних підприємців та їх партнерів в бізнесі і громадянському суспільстві;

➤ сайти, такі як betterplace.de, доповнюють державний портал engagiert-indeutschland.de, дозволяють зібрати пожертви чи залучити волонтерів тощо.

Соціальні підприємства створюються в таких організаційно-правових формах як фонд, громадське об'єднання, товариство з обмеженою відповідальністю і кооператив. Проте, на відміну від інших європейських країн, наприклад, таких як Італія (соціальні кооперативи), Великобританія (компанія, що діє в інтересах громади), у Німеччині немає особливої правової форми для соціальних підприємств.

Дослідження структури та обсягів доходу соціальних підприємств Німеччини дало такі результати: основна частина коштів (близько 21%) надходила від реалізації товарів, робіт, послуг цільовим групам споживачів та 20,8% в якості плати за послуги, що виплачуються з державних бюджетів (як правило, соціальні послуги в рамках Соціального кодексу). Окрім цього, близько 15% від доходу становлять державні гранти та субсидії, приватні пожертвування - 10,3%, кошти від фондів - 7,1%, спонсорські внески та кошти отримані в рамках КСВ - 8%, членські внески - 5%.

До основних сфер діяльності німецьких соціальних підприємств можна віднести (станом на 2012 рік): соціальні послуги (22%), навчання та дошкільні навчальні заклади (17%), спорт і активний відпочинок (14%), мистецтво та ЗМІ (13%), охорона здоров'я (8%), житло-забезпечення (5%), дозвілля (4%), охорона природи та охорона навколишнього середовища (3%), представництво громадянських інтересів (2%), дослідження (2%), міжнародна діяльність (2%), комунальні послуги (2%), побутові послуги (1%) та ін.

Стрімкий розвиток соціального підприємництва в Німеччині, як і Великобританії, в першу чергу пов'язаний із активною державною підтримкою цього напрямку, а також суттєвим рівнем громадської активності. Разом з тим, німецькі соціальні підприємства стикаються із рядом перепон на своєму шляху, а саме: небажання суб'єктів державного сектора до інновацій та/або партнерства з соціальними підприємствами; слабкі управлінські навички та висока вартість консультаційних послуг у сфері бізнесу для стартапів СП; проблеми у формуванні та підтримці стійкої бізнес-моделі, а також з мультиплікацією своєї діяльності; відносно невеликі масштаби фінансування проектів з соціальними наслідками.

#### **Рекомендована література:**

1. Borzaga C. The Concept and Practice of Social Enterprise. Lessons from the Italian Experience. *International Review of Social Research*. 2012. Volume 2. Issue 2. pp. 85-105.

2. Doeringer M. Fostering social enterprise: a historical and international analysis. *Journal of Comparative & International Law*. 2010. Vol. 20. No.2. pp. 291-329

3. Defourny J. Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*. 2010. Vol.1. No. 1 pp. 32 — 53.



4. Villeneuve-Smith F., Temple N. The State of Social Enterprise Report 2015. URL: <http://www.socialenterprise.org.uk/advice-services/publications/state-social-enterprise-report-2015>.
  5. Fostering Social Entrepreneurship: A Comparative Study of the Legal, Regulatory and Tax Issues in Brazil, Germany, India, Poland, UK and USA [Electronic resource]/ Linklaters, Schwab Foundation — 2006. 77 pp. URL: [http://www.weforum.org/pdf/schwabfound/Linklaters\\_Schwab\\_Report.pdf](http://www.weforum.org/pdf/schwabfound/Linklaters_Schwab_Report.pdf)
  6. Stroyan J. A map of social enterprises and their eco-systems in Europe Country Report: United Kingdom URL: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=89&newsId=2149>.
  7. Sources of funding for social enterprises / Welsh Social Enterprise Coalition URL: <http://www.walescooperative.org/sources-of-funding-for-social-enterprises>.
  8. Zimmer A. The Development of Social Entrepreneurs in Germany URL: [https://www.unimuenster.de/imperia/md/content/ifpol/mitarbeiter/zimmer/developement\\_of\\_social\\_entrepreneurs.pdf](https://www.unimuenster.de/imperia/md/content/ifpol/mitarbeiter/zimmer/developement_of_social_entrepreneurs.pdf)
1. A map of social enterprises and their eco-systems in Europe Country Report: Germany [Електронний ресурс] /ICF Consulting Services-2014. URL: <http://ec.europa.eu/social/keyDocuments.jsp?advSearchKey=socentntr yrepts&mode=advancedSubmit&langI&langId=en>
  2. Jansen, Stephan A., Rolf G. Heinze, and Markus Beckmann, eds. Sozialunternehmen in Deutschland: Analysen, trends und handlungsempfehlungen. Springer- Verlag, 2013.
  3. Zimmer A. Social Enterprise, Social Innovation and Social Entrepreneurship in Germany: A National Report. URL: <http://www.fp7-efeseiis.eu/national-report-germany/>
  4. Wolf M. The State of Social Entrepreneurship in Germany. SEFORIS Country Report 2014. URL: [https://static1.squarespace.com/static/56d2eebbb654f9329ddbd20e/t/5773e6699f7456f692f91e87/1467213419285/Country\\_Report\\_Germany.pdf](https://static1.squarespace.com/static/56d2eebbb654f9329ddbd20e/t/5773e6699f7456f692f91e87/1467213419285/Country_Report_Germany.pdf)