

## Лекція 3

### **ТЕМА: ЗАСТОСУВАННЯ ДОСВІДУ ЄС ЩОДО ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ**

---

**Викладач:** *д.е.н., професор кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму **Переверзева Анна Василівна***

**Мета:** вивчити досвід ЄС щодо державної підтримки розвитку соціального підприємництва та визначити можливості його використання для національної економіки.

#### **Зміст:**

1. Перешкоди та труднощі в розвитку соціального підприємництва.
2. Заходи щодо підтримки соціального підприємництва.
3. Організаційно-правові форми соціальних підприємств в ЄС.
4. Досвід країн ЄС щодо підтримки соціальних підприємств.

#### **1. Перешкоди та труднощі в розвитку соціального підприємництва.**

Незважаючи на зростання популярності та поширення в різних країнах і частинах світу, соціальне підприємництво постає перед цілою низкою проблем та перешкод. Хоча такі проблеми в кожній із країн – різні, однак спільною їх рисою є недостатнє розуміння сутності соціального підприємництва державними службовцями, широким загалом, інвесторами та потенційними клієнтами.

Зазвичай термін «соціальне підприємство» асоціюється з діяльністю благодійних організацій, роботою, пов'язаною із соціальною інтеграцією людей із обмеженими можливостями, але не з підприємництвом. Такі стереотипи, непорозуміння і недостатня поінформованість негативно впливають на зростання та фінансові сподівання соціальних підприємств, стають перешкодою на шляху встановлення контактів із партнерами й потенційними клієнтами.

Стримувальним чинником поширення соціального підприємництва є відсутність спеціалізованих послуг із його розвитку. На різних стадіях життєвого циклу соціальні підприємства потребують тих самих послуг та підтримки, що й традиційні підприємства. Водночас соціальні підприємства мають низку специфічних особливостей, проблем та потреб, які передбачають необхідність використання різноманітних і часто індивідуальних рішень. У більшості країн спеціалізована підтримка соціальних підприємств відсутня зовсім або є обмеженою і фрагментарною.

Соціальні підприємства не можуть ефективно конкурувати у сфері державних

закупівель через великі розміри контрактів, вимоги до попередньої кваліфікації, затримки платежів тощо. Вони мають обмежений доступ до інвестиційних фінансових ресурсів через недостатнє розуміння інвесторами і кредиторами сутності та гібридних бізнес-моделей соціальних підприємств. Відсутність стартового капіталу є суттєвою перешкодою для соціальних підприємців. Водночас, незважаючи на складність пошуку початкових інвестицій, більшість соціальних підприємців визнає, що ще гостріше фінансові проблеми постають на етапі зростання чи на стадії зрілості розвитку соціального підприємства. Важливим стримувальним фактором є труднощі в доступі до зростання капіталу.

Відсутність інформації про соціальний вплив та значення соціальних підприємств перешкоджає виникненню зацікавленості в їх розвитку з боку як приватних інвесторів, так і широкої громадськості.

Серед інших проблем розвитку соціального підприємництва варто згадати недостатню кваліфікацію працівників, плинність кадрів, високу орендну плату, адміністративні витрати тощо.

## **2. Заходи щодо підтримки соціального підприємництва**

На різних стадіях життєвого циклу соціальні підприємства потребують тих самих ділових послуг, що й решта бізнес-підприємств; однак існує деяка специфіка роботи із соціальними підприємствами, що розкривається у спеціалізованих послугах.

### ***Стадія задуму соціального підприємства***

➤ Поширення знань про соціальне підприємництво, вітчизняний та зарубіжний досвід його реалізації шляхом проведення семінарів, тренінгів, круглих столів, зустрічей із соціальними підприємцями – практиками, через соціальні мережі; розповсюдження збірок описів діяльності конкретних соціальних підприємств тощо.

➤ Укладання переліку найважливіших для міста чи регіону соціальних проблем та переліку цільових груп створення соціальних цінностей.

➤ Проведення попереднього аналізу ринку (хто буде купувати вироблені товари чи створені послуги?).

➤ Визначення ніш розвитку соціального підприємництва, де відсутня або зведена до мінімуму конкуренція з комерційним бізнесом, що підвищить можливості для співробітництва та виконання спільних проектів.

➤ Розвиток співпраці й партнерства між громадськими організаціями, бізнесом та органами місцевого самоврядування.

➤ Формування кола однодумців.

Важливим завданням є зростання обізнаності щодо соціального підприємництва, популяризація його ідей та сутності, доведення до відома підприємців, що соціальне підприємництво є цікавою і перспективною сферою роботи. Для цього до загальних навчальних та консультативних послуг варто додати блок, присвячений питанням соціального підприємництва, задля його популяризації. Вдалою практикою могла б стати відповідна онлайн-платформа окремого міста/регіону, де було б викладено корисну інформацію

про соціальне підприємництво, локальні можливості та потенційних партнерів. Гарним прикладом може бути загальноукраїнський ресурс «Соціальне підприємництво в Україні» – <http://www.socialbusiness.in.ua/>.

### **Стартап/початківець**

- Знайомство з організаційно-правовими формами соціального підприємництва та шляхами досягнення соціального ефекту (розподіл прибутків, забезпечення зайнятості вразливих груп населення, надання соціаль- но значущих послуг тощо).
- Оформлення ідеї соціального підприємництва та підготовка бізнес-плану.
- Навчання основ бізнесу: оподаткування, бухгалтерський облік, особливості менеджменту в соціальному під-приємстві.
- Проведення конкурсу на найкращу ідею соціального підприємництва.
- Пошук джерел початкового фінансування.
- Консультування щодо підготовки та обґрунтування проектів на отримання грантів.
- Розвиток і розширення нетворкінгу.

### **Зростання**

На етапі зростання соціальне підприємство потребує послуг, що не відрізняються від послуг для інших груп підприємців, зокрема, за такими напрямками, як:

- маркетингова підтримка (брендинг соціального підприємства; поширення реклами продукції, що виробляється, чи послуг, які надаються соціальними підприємствами; аналіз ринку);
  - консультаційна підтримка в юридичних питаннях, веденні бухгалтерії, роз'ясненні змін податкового законодавства та нових процедур, пов'язаних із підприємницькою діяльністю;
  - пошук замовників, вивчення питання щодо державних закупівель.
- Варто виділити і специфічні для соціального підприємництва послуги:
- вивчення та врахування напрацьованого досвіду функціонування соціального підприємства;
  - пошук шляхів отримання пільгових кредитів;
  - консультування з питань управління людськими ресурсами, особливо для підприємств, у яких задіяні вразливі групи населення.

Для цієї групи підприємців важливим також є формування бізнес-спільноти шляхом проведення круглих столів представників органів місцевого самоврядування, громадських організацій, працівників об'єктів бізнес-інфраструктури, бізнесу, великих підприємств.

**Приклад надання консультаційних послуг:** «Уже понад 20 років у Німеччині діє організація «Social Impact», яка підтримує і консультує соціальні підприємства, позиціонуючи себе як «агентство соціаль-них інновацій». Кілька тисяч стартапів із соціальною місією вже розпочали свою роботу завдяки допомозі експертів із «Social Impact». З 2011 року запроваджено інкубаційну програму «Social Impact labs». Це - платформа для соціальних підприємців і фрілансерів, яка пропонує робочий простір, необхідне навчання та можливість познайомитися з потенційними партнерами. Тут соціальних підприємців розглядають як «фантазерів і крайніх реалістів з інноваційними рішеннями», які керуються місією соціального поліпшення»<sup>53</sup>.

## **Підприємство у стадії зрілості**

На стадії зрілості потреби соціальних підприємств – спільні з рештою компаній, проте вони – дещо розширені з огляду на специфіку діяльності. Ідеться про:

- поширення інформації про соціальне підприємство з метою підвищення обізнаності споживачів щодо соціальних цілей його діяльності;
- аудит і консалтинг щодо можливостей подальшого розвитку соціального підприємства без грантів та благодійних внесків;
- обмін досвідом соціальних підприємств через проведення навчальних турів, майстер-класів, тематичних тренінгів.

### **Стагнація, вихід із ринку**

- Проведення діагностики підприємства за всіма напрямками діяльності.
- Виявлення причин затухання бізнесу: вичерпання можливостей розвитку в певній організаційно-правовій формі; повне вирішення соціальної проблеми, на яку зорієнтоване підприємство, питання менеджменту тощо.
- Допомога в розробленні плану ревіталізації підприємства.
- Сприяння в реструктуризації підприємства, а за потреби – у його закритті.
- Сприяння в узагальненні напрацьованого досвіду та його використання для модернізації поточного чи запровадженні нового соціального підприємства.

На етапі стагнації соціальному підприємству важливо виявити причини затухання бізнесу: вичерпання можливостей розвитку в такій організаційно-правовій формі, повне вирішення соціальної проблеми, на яку було зорієнтоване підприємство, питання менеджменту тощо. Також важливо бізнес-асоціаціям і органам місцевого самоврядування сприяти узагальненню напрацьованого досвіду та його використанню для модернізації поточного чи запровадження нового соціального підприємства.

**Прикладом відзнак із розвитку соціального підприємництва** є британська програма «Santander's Social Enterprise Development Awards» (SEDA). Її фінансує британська фінансова компанія «Santander» ([www.santanderseda.co.uk/](http://www.santanderseda.co.uk/)). Головною метою програми є підтримка соціального підприємництва та підприємств, які активно займаються благодійництвом на користь своїх громад. Грошова відзнака розміром 5 000-10 000 фунтів стерлінгів надається підприємствам, які працюють у напрямку посилення соціальної залученості (social inclusion)<sup>54</sup>, підтримки вразливих груп населення за рахунок підвищення кваліфікації, професійної підготовки та зайнятості, поліпшення стану довкілля, надання соціально значущих послуг і виробництва соціально значущої продукції тощо. Окрім грошової винагороди, переможці також отримують консультації від фахівців Inspire2Enterprise і доступ до програми підтримки бізнесу, разом із можливістю проходження тримісячного стажування<sup>55</sup>

### **Стагнація, вихід із ринку**

- Проведення діагностики підприємства за всіма напрямками діяльності.
- Виявлення причин затухання бізнесу: вичерпання можливостей

розвитку в певній організаційно-правовій формі; повне вирішення соціальної проблеми, на яку зорієнтоване підприємство, питання менеджменту тощо.

- Допомога в розробленні плану ревіталізації підприємства.
- Сприяння в реструктуризації підприємства, а за потреби – у його закритті.
- Сприяння в узагальненні напрацьованого досвіду та його використання для модернізації поточного чи запровадженні нового соціального підприємства.

На етапі стагнації соціальному підприємству важливо виявити причини затухання бізнесу: вичерпання можливостей розвитку в такій організаційно-правовій формі, повне вирішення соціальної проблеми, на яку було зорієнтоване підприємство, питання менеджменту тощо. Також важливо бізнес-асоціаціям і органам місцевого самоврядування сприяти узагальненню напрацьованого досвіду та його використанню для модернізації поточного чи запровадження нового соціального підприємства.

### **3. Організаційно-правові форми соціальних підприємств в ЄС.**

У світі зростає визнання соціального підприємництва як бізнес-моделі, що може підтримати економічне зростання та соціальний прогрес. Одним із напрямів діяльності, спрямованої на підтримку зростання соціального підприємництва, є оптимізація правового середовища.

З метою вивчення стану нормативно-правової бази для соціальних підприємств у країнах Європи Європейська комісія зініціювала дослідження на основі використання спільного визначення та спільних підходів (далі – «MappingStudy»). Дослідження виконувала юридична компанія «ICF».

Спільне визначення соціального підприємництва охоплює три ключових аспекти, на яких наголошується в науковій літературі та програмних документах, наприклад, в «Ініціативах соціального бізнесу»:

- підприємницький вимір – участь у безперервній економічній діяльності;
  - соціальний вимір – виразна соціальна мета;
  - управлінський вимір – наявність механізмів управління, що забезпечують пріоритетність соціальної мети та врахування інтересів різних зацікавлених сторін.
- Кожен із зазначених вище вимірів було визначено шляхом розроблення набору основних критеріїв, що відображають мінімальні умови, яким організація має відповідати, аби бути віднесеною до категорії соціального підприємства відповідно до визначення Євросоюзу. Організація повинна:
- брати участь в економічній діяльності;
  - мати виразну соціальну мету, яка приносить користь суспільству;
  - мати обмеження на розподіл прибутку чи активів серед зацікавлених сторін з метою встановлення пріоритетності досягнення соціальної мети;
  - бути незалежною від держави чи прибуткових організацій;

➤ передбачати інклюзивне управління та/або демократичні процеси прийняття рішень.

У рамках згаданого дослідження експерти з правових питань підготували понад 850 сторінок аналізу щодо правових структур, якими послуговуються соціальні підприємства, і того, як закони й регуляторні правила використовуються в Європі для формування та підтримки соціального підприємництва.

Експертний аналіз правового середовища, у якому працюють соціальні підприємства, забезпечив формування багатовимірної картини законів, регулювання і податкового режиму соціального підприємництва в різних країнах – членах Європейського Союзу та Швейцарії.

Одним із головних результатів «MappingStudy» є те, що відсутність юридичного визнання соціального підприємництва в багатьох країнах ускладнює його діяльність, а також підтримку як урядовцями фахівцями, так і податковим стимулюванням.

Водночас дослідження «MappingStudy» показує, що соціальні підприємства набувають різних організаційно-правових форм і статусів:

1) адаптовані нинішні правові форми: асоціації, фонди, кооперативи, компанії;

2) правові форми, призначені виключно для соціальних підприємств (Social Enterprise Form);

3) правові статуси соціальних підприємств, які можуть бути отримані компаніями з різними організаційно-правовими формами при їх відповідності сукупності критеріїв.

16 європейських країн мають певні правові форми, які визнають, визначають і регулюють діяльність соціальних підприємств. Проте відповідно до звітів, наданих експертами, у державному законодавстві лише чотирьох із них є правова форма, створена цілеспрямовано саме для СП, – так звана форма соціального підприємства (Social Enterprise Form). Такими формами соціального підприємництва є:

1) соціальні кооперативи колективної власності (Societe Cooperative D’Interet Collectif) у Франції;

2) підприємства соціальної та солідарної економіки (Entreprise de l’economie Sociale et Solidaire або Entreprise ESS) – також у Франції;

3) соціальні кооперативи в Греції;

4) соціальні кооперативи в Італії.

Інший шлях правової організації соціального підприємництва в європейських країнах – адаптація вже наявних організаційно-правових форм. Вона дає змогу знижувати ризики для стартапів соціальних підприємств, полегшує виявлення і підтримку зростання та розвитку.

Точні характеристики національних організаційно-правових форм, що використовуються для потреб соціального підприємництва в європейських країнах, відрізняються одна від одної. Однак виділення спільних рис дає змогу об’єднати їх в окремі типи із загальними характеристиками:

- неприбуткові організації, що дотримуються демократичних принципів управління і не розподіляють прибутків між зацікавленими сторонами, а спрямовують їх на досягнення соціальної мети;
- кооперативи, які зазвичай перебувають у власності та контролюються членами на демократичній основі, розподіляють прибуток від діяльності між членами кооперативу, а також, окрім цього, можуть мати соціальну мету, записану в статуті чи інших документах, або надавати послуги громадського значення;
- спільні компанії, які здебільшого належать акціонерам на пропорційній основі та контролюються ними і які можуть провадити різні види комерційної діяльності з метою сприяння досягненню соціальної мети.

У європейському правовому середовищі розрізняють поняття організаційно-правової форми, яка стосується фундаментальної правової структури організації, та поняття правового статусу, що може надаватися різним підприємствам чи установам, які відповідають певним вимогам або характеристикам. Такі правові статуси тлумачаться й застосовуються по-різному в європейських країнах і часом описуються у визначеннях «соціального підприємництва», але найчастіше вони стосуються традиційного поняття «соціальна економіка» чи «соціальна бізнес-ініціатива». Правовий статус соціального підприємства, зокрема, мають:

- компанії соціальної мети в Бельгії (Social purpose company);
- соціальне підприємство «відповідно до закону» в Італії (Social Enterprise 'ex-Lege');
- компанія солідарної соціальної корисності у Франції (Entreprise Solidaire d'Utilite Sociale (ESUS));
- компанія інтересів громади у Великобританії (The Community Interest Company in the UK).

#### **4. Досвід країн ЄС щодо підтримки соціальних підприємств**

**Польща.** З 2003 року в Польщі йде активний процес розвитку і поширення ідеї нової «громадської економії», соціального підприємництва, як нового напрямку соціальної політики, активізує споживача соціальних послуг, що перетворює його в відповідального, незалежного управлінця своїм життям. Ця проста концепція, що здається елементарною і природною, проходить складний шлях зміни суспільної свідомості, інституційних та правових норм, визнання і схвалення на всіх рівнях.

На початку 2007 року в Польщі було зареєстровано 106 соціальних кооперативів, з працевлаштуванням 500 осіб. Так, Асоціація регіональної кооперації з 2005 року займається проектом «Віртуальний Інкубатор для «Громадської економії». Мета проекту – розвиток та перевірка моделі системи підтримки створення хороших і стабільних посад у сфері «громадської економії» для людей, дискримінованих на ринку праці. Робота починається зі створення бізнес-ідеї. Джерелом ідей служить аналіз ринку, що виявляє потреби певних послуг у контексті можливості їх надання людьми з



проблемами на звичайному ринку праці (як правило, це люди з низькою або застарілою, що вийшла з використання кваліфікацією). Іноді в Інкубатор приходять безробітні люди з власною ініціативою створення бізнесу. Тоді цю ідею піддають первинному аналізу на спроможність існування на ринку і розрахунку попиту на запропоновані послуги. Проведений аналіз повинен підтвердити самоокупність підприємства.

У Гміні Пшчина соціальні кооперативи створені на базі діяльності Центру муніципального соціального обслуговування населення. Кілька різних за напрямками діяльності соціальних кооперативів розташовані разом територіально: пральня, столярна майстерня, друкарня (спільно з фотостудією).

У пральні працюють в основному жінки, в той час як у столярній – чоловіки. «Територіальний осередок» кооперативів дає можливість концентрації ресурсів, узагальнення досвіду між учасниками, спілкування. Діючі кооперативи тільки починають свій розвиток, ще не вийшли на самоокупність, тим не менше, вже мають великі шанси на успіх – налагоджені зв'язки з постачальниками і покупцями послуг: як державними, так і недержавними інститутами.

Економічна стабільність і добробут населення, інновації та використання передових технологій, практична відсутність корупції і високий рівень довіри населення до державних структур, соціально-відповідальний бізнес, який не лише заробляє гроші, а й турбується про соціально-вразливі верстви суспільства... І це далеко не повний перелік характеристик однієї з найуспішніших та найбагатших країн світу – Норвегії.

**Норвегія.** Норвегія знаходиться на перших позиціях у світовому рейтингу за рівнем стабільності та сприятливості бізнес-середовища, яке забезпечується належною законодавчою базою та потужною державною підтримкою (рівень оподаткування компаній є середнім по Європі) і характеризується відкритістю та прозорістю. До прикладу, існує централізований реєстр в якому кожен громадянин має вільний доступ до корпоративної інформації і може побачити річні звіти, наявність особистої власності членів ради директорів чи генерального директора будь-якої компанії. Особливої уваги заслуговує і належний рівень бізнес-культури, як між конкурентами (бізнес-партнери працюють на взаємній довірі та Win-Win засадах) так і в середині кожної компанії (неформальне спілкування по горизонталі і по вертикалі, демократичні процеси ухвалення рішень, делегація завдань і відповідальності).

Норвегія лідирує за рівнем задоволенням населення своїм життям вже кілька років поспіль. До прикладу, сильна купівельна спроможність населення забезпечується, з однієї сторони, їх високою компетенцією, а з іншої, достойною оплатою робітничих професій, які не поступаються своїм престижем перед менеджментом. Саме тому великі компанії несуть високі витрати на оплату робітників і відносно низькі витрати на топ-менеджмент. Саме людський фактор є ключовим індикатором оцінки ефективності функціонування державницького апарату. Люди відчують безпеку у



завтрашньому дні, але, водночас розуміють, що “геополітичні процеси та світова економіка, які є мінливими і опосередковано, а згодом і безпосередньо, впливають навіть на найуспішніших та незалежних, а тому в будь-який момент можна залишитися за межею... Саме тому допомога та турбота про потребуємих є одним із пріоритетів як державного сектору, так і приватних структур. Ключовим в даному контексті є розвиток соціального підприємництва, як однієї із форм забезпечення економічної стабільності та суспільної рівноваги, яка націлена на пом’якшення або вирішення соціальних проблем.

На даний момент соціальне підприємництво у Норвегії розглядається на двох рівнях – урядова підтримка та діяльність великих корпорації, які фінансово чи ресурсно підтримують соціальних підприємців.

У Норвегії поява соціального підприємництва в першу чергу була обумовлена активністю приватних осіб, компаній та інвесторів, основною мотивацією яких було вирішення питань, пов’язаних з появою великої кількості біженців. Втім з 2011 року починаються проявлятися політичні інтереси у цьому напрямку. Першими кроками державних структур стали розробка навчальних курсів та підготовка посібника для соціальних підприємців, які спрямовують свої зусилля на боротьбу з бідністю та соціальною ізоляцією. Згодом держава починає дотувати соціальних підприємців та фокусується на «великого інвестора». В цей час починають формуватися критерії підтримки соціального підприємництва, а саме:

Соціальний вплив (спрямованість на вирішення чи пом’якшення конкретної відчутної соціальної проблеми).

Інноваційність (застосування нових підходів, нових способів розв’язання як давньої, так і новопосталої соціальної проблеми).

Самоокупність і фінансова стійкість (незалежність від зовнішнього фінансування).

Тиражованість (відтворюваність моделі соціального підприємства в інших географічних і соціальних умовах).

З 2013 року політична мета у розвитку соціального підприємництва вже чітко окреслена. Уряд оголосив, що держава буде сприяти доступу соціальних підприємців до можливостей та схем фінансування на рівні з іншими підприємцями.

На даний момент визначено три пріоритетні напрямки, що представляють особливий інтерес при розгляді політики у соціальному підприємстві:

– Державні закупівлі. Державний сектор займає ключову нішу і здебільшого є єдиним клієнтом для соціальних підприємців. Проте соціальні підприємці, які тільки виходять на ринок, не завжди обізнані належним чином стосовно процедури відкритих торгів та участі у процесі прийняття рішень. Часто в процесі проведення публічних торгів мало враховується аспект інноваційності у сфері послуг і поставок.

– Компетентність. Соціальні підприємці мають чітке бачення наявних проблем та способів їх вирішення, проте часто вони є недостатньо компетентними в питаннях ведення бізнесу.

– Культура підприємництва. У багатьох випадках соціальні підприємці не мають досвіду ведення бізнесу і не «володіють правилами гри», що є необхідною умовою та запорукою ведення успішного бізнесу.

Враховуючи наведене вище, уряд прагне сприяти посиленню конкурентоспроможності соціальних підприємців кількома шляхами:

Реалізація програм навчання ще на початковому рівні – на етапі зародження ідеї. Генераторами більшості ідей виступає молодь. Саме тому, в курс навчання на рівні бакалаврату включені такі курси, як соціальні інновації та соціальне підприємництво. Важливе значення в напрямку просування такого навчання має міжсекторальна співпраця, а саме співпраця урядових структур та навчальних закладів. Наприклад, Центр підприємництва в Університеті Осло пропонує навчальний курс «Соціальне підприємництво» як для магістрів, так і для бакалаврату.

Адміністрація праці та соціального забезпечення Норвегії надає грантову підтримку соціальним підприємцям. За останніх два роки було виділено шість мільйонів норвезьких крон для підтримки бізнесу, який, шляхом застосування інноваційних підходів, спрямовує свої зусилля на боротьбу із бідністю та соціальною ізоляцією.

Важливим кроком у напрямку підтримки соціального підприємництва є прийняття у жовтні 2015 року Урядового Плану підтримки підприємництва «Хороші ідеї – забезпечене майбутнє», окремим розділом якого є підтримка та розвиток соціального підприємництва. Наприклад, вже запущена гаряча лінія для підприємців, які можуть звернутися та отримати консультацію фахівця з приводу будь-яких, в тому числі вузько-профільних, питань.

Розуміючи актуальність розвитку соціального підприємництва, уряд Норвегії зосереджує свою увагу і на налагодженні співпраці у цьому напрямку з іншими скандинавськими країнами. У 2013 році Рада Міністрів Північних Країн провели дослідження стосовно потенційних можливостей співпраці у розвитку соціального підприємництва у країнах Північної Європи, що продемонструвало потенціал для покращення взаємодії між гравцями, які пропонують інструменти, спрямовані на підтримку соціальних підприємців.

Важливе значення має підтримка розвитку соціального підприємництва на локальному рівні. До прикладу, у Порсгрунні функціонують пільгові дитячі кімнати для батьків, які тимчасово не працюють, але займаються пошуком роботи чи перекваліфікацією; у Бергені діє хаб – локація соціальних підприємців, на базі якого працює бізнес-інкубатор.

#### **Рекомендована література:**

1. Social Enterprise in Europe Developing Legal Systems which Support Social Enterprise Growth [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bwblp.com/knowledge/2015/10/21/social-enterprise-in-europe-developing-legal-systems-which-support-social-enterprise-growth>.
2. <http://www.socialbusiness.in.ua/>
3. В. Назарук «Соціальні підприємства – новий тренд в Україні» // Новое время. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nv.ua/ukr/opinion/nazaruk/sotsialni-pidprijemstva-novij-trend-v-ukrajini-338577.html>