




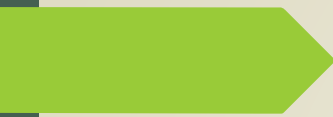
# Мета та завдання заняття

- ▶ **Мета:** є вивчення кейсів соціального підприємництва як сфери реалізації бізнес-ідей молоді в ЄС.
- ▶ Для досягнення мети лекції поставлено виконання таких **завдань:**
  - ▶ проаналізувати **моделі співробітництва між суб'єктами соціальної економіки та традиційними підприємствами;**
  - ▶ розглянути **кейси молодіжного сталого бізнесу в сфері цифрової, циркулярної та соціальної економіки;**
  - ▶ здійснити огляд та аналіз **інтернет-ресурсів на тему “Молодіжне соціальне підприємництво в Європі: шеринг та цифрові технології”.**



# План

- 1. Моделі співробітництва між суб'єктами соціальної економіки та традиційними підприємствами.
- 2. Кейси молодіжного сталого бізнесу в сфері цифрової, циркулярної та соціальної економіки.



# 1. Моделі співробітництва між суб'єктами соціальної економіки та традиційними підприємствами.

## Завдання 1. Дискусія «Чи є співпраця між соціальним бізнесом та традиційними підприємствами?»



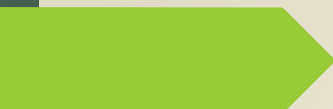
- Поясніть чи є співпраця між соціальним бізнесом та традиційними підприємствами, виконуючі наступні дії:
- 1) Поділіться на 4 групи.
- 2) Кожна група обґрунтовує свою точку зору на питання дискусії до 5 хв.
- 3) Визначте спільне й відмінне з іншими групами.



## Завдання 2. Аналітичне завдання: міжкраїновий аналіз соціального підприємництва в ЄС



- Проведіть порівняльне дослідження соціального підприємництва в ЄС за такими напрямками:
- 1) Нові форми соціального підприємництва: соціальні інтрапренери та соціальні екстрапренери.
- 2) Типи партнерств між некомерційними організаціями та суб'єктами бізнесу: благодійне, трансакційне, інтегративне та трансформаційне.
- 3) Соціальні підприємства ЄС, які декларують співпрацю з традиційними фірмами.
- 4) Соціальні підприємства ЄС, які декларують співпрацю з традиційними фірмами за секторами економіки.
- 5) Роль соціальних підприємств у співпраці з традиційними підприємствами за країнами в ЄС.
- 6) Роль соціальних підприємств у співпраці з традиційними підприємствами за секторами в ЄС.
- Зробіть висновки щодо можливостей впровадження європейського досвіду диверсифікації форм соціального підприємництва в Україні.



**Європейські  
дослідження в  
сфері взаємодії  
соціального та  
традиційного  
підприємництва**

Джерело: [https://summit2020.euclidnetwork.eu/wp-content/uploads/2019/12/190503\\_easme-sbi-final-report\\_final-1.pdf](https://summit2020.euclidnetwork.eu/wp-content/uploads/2019/12/190503_easme-sbi-final-report_final-1.pdf)

technopolis<sub>|group|</sub>

**Social Business Initiative (SBI) follow up: Co-operation between social economy enterprises and traditional enterprises**

---

**Final Report**

October 2018

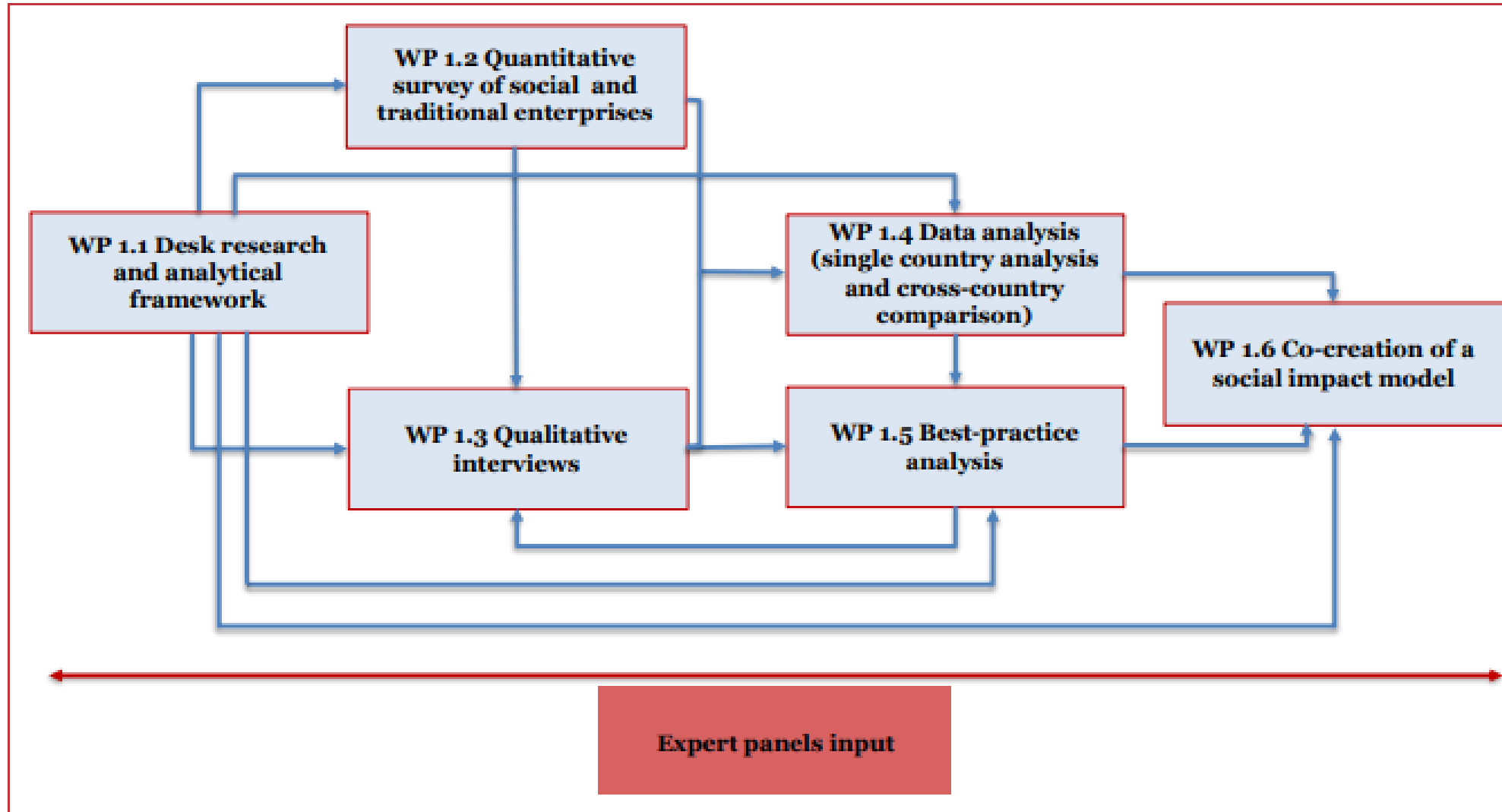
*Table 6 Set of key questions to guide the analysis of Social Economy co-operation relationships*

	<b>Key questions to address in analysing co-operation relationships</b>	<b>Sub-questions for co-operation relationships</b>
<b>STAGE I - Initial conditions, drivers &amp; linking mechanisms</b>	<b>Why?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Drivers</li> <li>• Motives</li> <li>• Aims &amp; Purposes (relevance of aligned mission)</li> </ul>
	<b>With whom?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Number of partners</li> <li>• Type of SEE involved</li> <li>• Type of traditional firm involved</li> <li>• Networks of organisations (e.g. a consortium, cross-sector partnerships between public authorities, private businesses and SEE)</li> <li>• Presence of intermediaries (e.g. incubator, social accelerator, extra-preneur)</li> <li>• Frequency of co-operation</li> </ul>

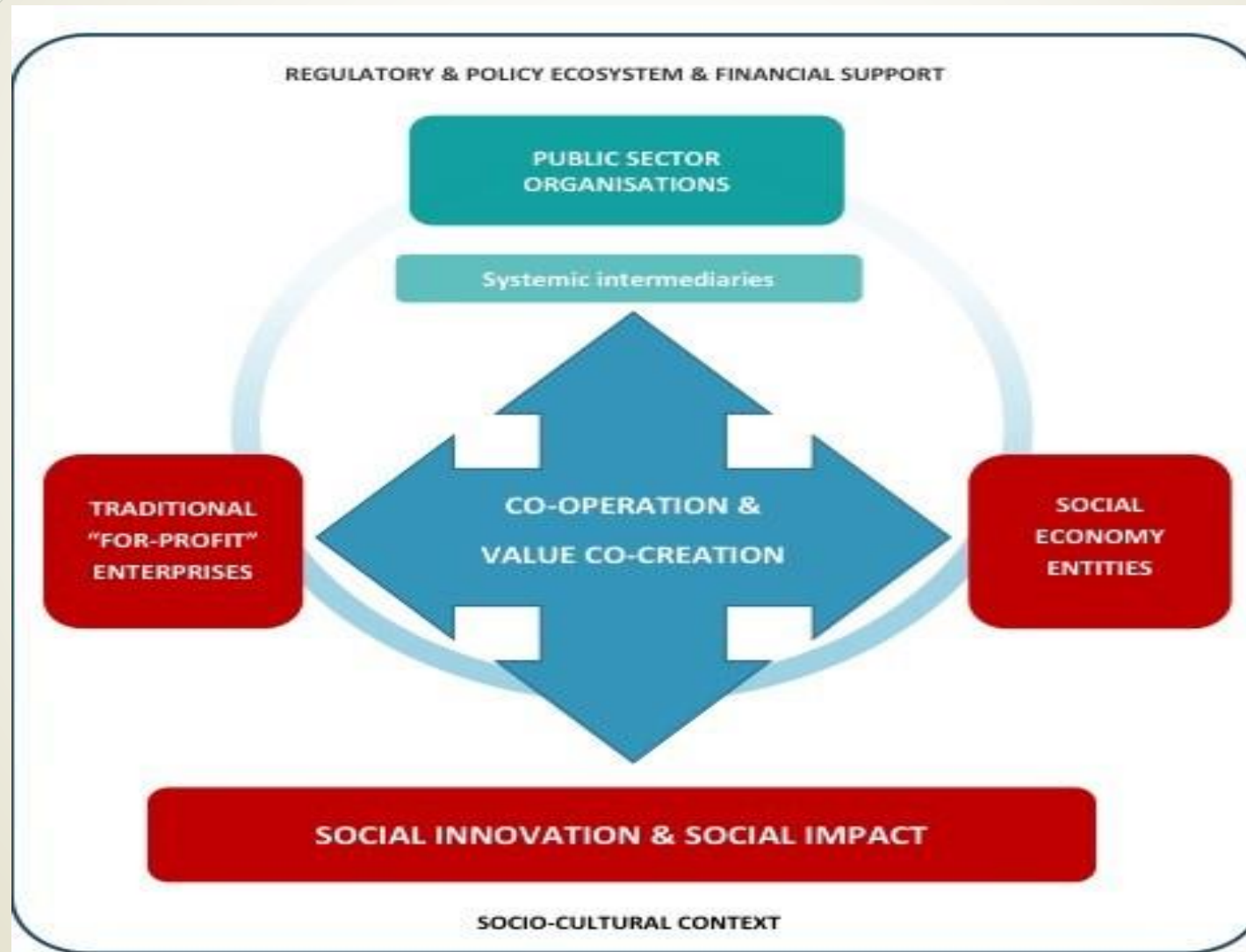


STAGE II- Process	<b>When?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stage of development of the SEE and/or traditional firm during the co-operation interaction</li> </ul>
	<b>Where?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• The market (sector) and social needs addressed (societal demand)</li> <li>• Local, regional, national, international</li> <li>• Included or not, formed a cluster</li> </ul>
	<b>How?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enablers &amp; hindrances</li> <li>• Level of engagement, trust &amp; communication</li> <li>• Main activities undertaken: Organisation, management &amp; governance</li> <li>• Operating structure</li> <li>• Funding structure</li> <li>• Interaction level (frequency)</li> <li>• Internal change</li> </ul>
STAGE III- Outcomes	<b>What for?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Products, services, activities and expected</li> <li>• Orientation to start or improve innovative activities</li> <li>• Sharing and co-creation of value</li> <li>• Assessment of Social impact of the co-operation</li> </ul>

Figure 15 Relationships between work packages



# Співробітництво між соціальними та традиційними підприємствами задля створення спільної вартості





# Типи партнерств між соціальним бізнесом та суб'єктами бізнесу в ЄС

- ▶ Чотири типи партнерств між некомерційними організаціями та суб'єктами бізнесу: **благодійне, трансакційне, інтегративне та трансформаційне.**
- ▶ **Трансформаційне** є найбільш розвиненим, де організації чітко узгоджують свої місії та разом розробляють і здійснюють діяльність, спрямовану на створення соціальних інновацій.



## Philanthropic



- Sole creation of value (unilateral flow). The corporation is the funder and the NPO the doer
- No strategic matching necessary
- Each partner provides inputs (e.g., the MNC gives funds, and the NPO delivers a social service)
- The degree of interaction is generally quite limited and the functions rather independent
- There are benefits at the meso, micro, and macro levels, but they are relatively less robust than at the other stages in creating value
- There is associational value accruing to both partners

## Transactional



- Bilateral
- There is an explicit exchange of resources and reciprocal value creation
- Strategic fit helpful
- Project-related interaction
- Perception of mutual benefits (win-win), but with possible asymmetries
- Effects on micro and meso level

## Integrated



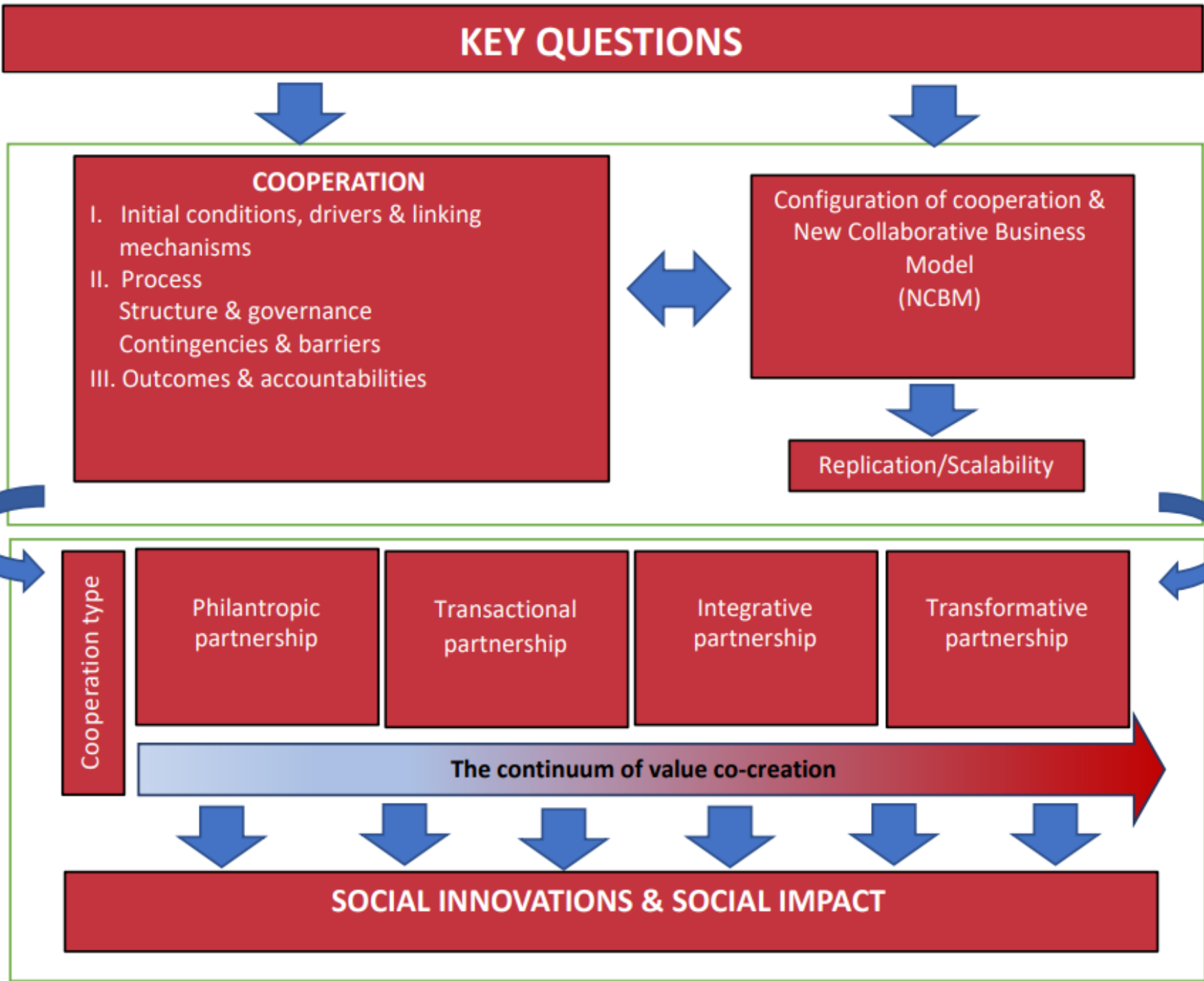
- Common strategy
- Conjoined creation of value
- More intensive interaction
- Many common projects and activities, more frequent interactions
- Organisational fit becomes more synchronous: Partners' missions, values, and strategies find much greater congruency as a result of working together successfully
- Synergistic value
- Effects on Meso and macro level

## Transformative



- New organisational form through common resources and strategy
- Intensive, regular interaction
- Comprehensive bandwidth activities
- This stage represents collaborative social entrepreneurship which, "aims for value in the form of large-scale, transformational benefit that accrues either to a significant segment of society or to society at large"
- Higher effects at meso and macro levels, generation of disruptive social innovations
- Equity and co-creation of value





# Типи партнерств між соціальним бізнесом та суб'єктами бізнесу в ЄС

- ▶ **Типи співпраці** можуть включати:
- ▶ неформальні мережі;
- ▶ кооперативну угоду;
- ▶ консорціум;
- ▶ фінансування/спонсорство;
- ▶ тимчасовий союз;
- ▶ спільні соціальні підприємства;
- ▶ соціальний стартап;
- ▶ соціальний франчайзинг;
- ▶ гібридний ланцюг створення вартості;
- ▶ кластери між СП та традиційними підприємствами.

### GLOBAL (EXTERNAL) DRIVERS

- Sustainable Development Goals (SDGs) and the global the 2030 Agenda for Sustainable Development
- Competitiveness & social market demand
- Changes in regulations and territorial & social policies
- Demand by consumers and other businesses for socially responsibly produced goods and services
- Trends in digitalization, collaborative/sharing economy, circular economy
- CSR practices & the 'shared value' paradigm in firms



### INTERNAL DRIVERS

(determined by the interplay between organizational culture and strategic purposes)



**SOCIAL ECONOMY ENTITIES  
MOTIVES TO CO-OPERATE**



**COMMON GOAL  
(social problem addressed)**



**TRADITIONAL FIRMS  
MOTIVES TO CO-OPERATE**

# Стимулюючі фактори для співпраці між СП та традиційними підприємствами в ЄС

- ▶ Наявність ресурсів (час, робочі сили, фінансування)
- ▶ Достатні навички та знання для співпраці
- ▶ Узгодження цілей і цінностей
- ▶ Довіра
- ▶ Гарне спілкування
- ▶ Сприятлива державна політика або схеми стимулювання для підтримки співпраці (зовнішні стимули)
- ▶ Державні закупівлі
- ▶ Державно-приватне партнерство
- ▶ Підтримка приватних інвестицій (наприклад, фінансування сім'ї)
- ▶ Підтримка від посередника (інкубатор/акселератор)
- ▶ Надійний досвід в управлінні проектами
- ▶ Моніторинг та оцінка результатів
- ▶ Доступ до інтелектуальної власності/патенту (ліцензування)

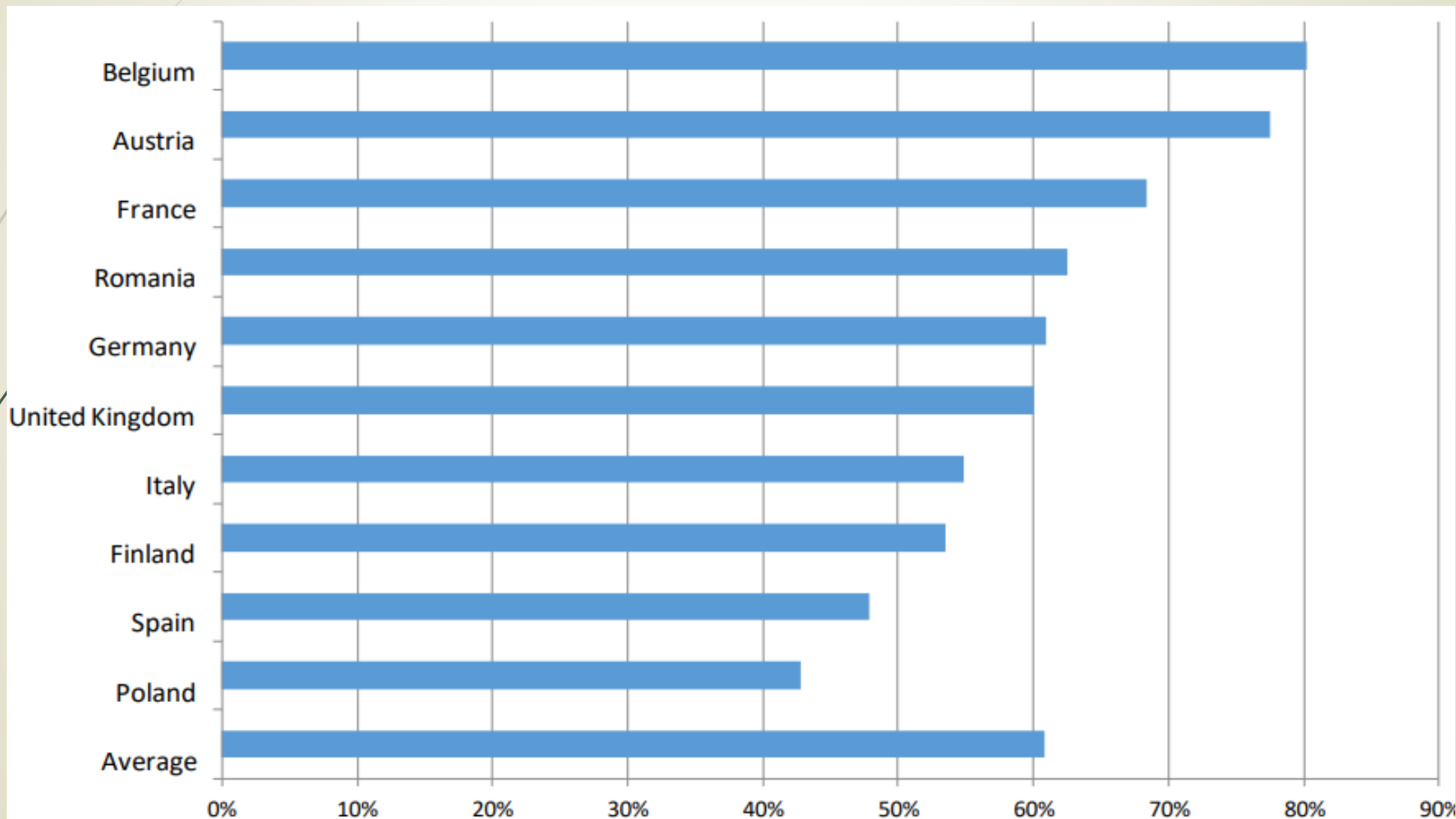


# Перешкоди для співпраці між СП та традиційними підприємствами в ЄС

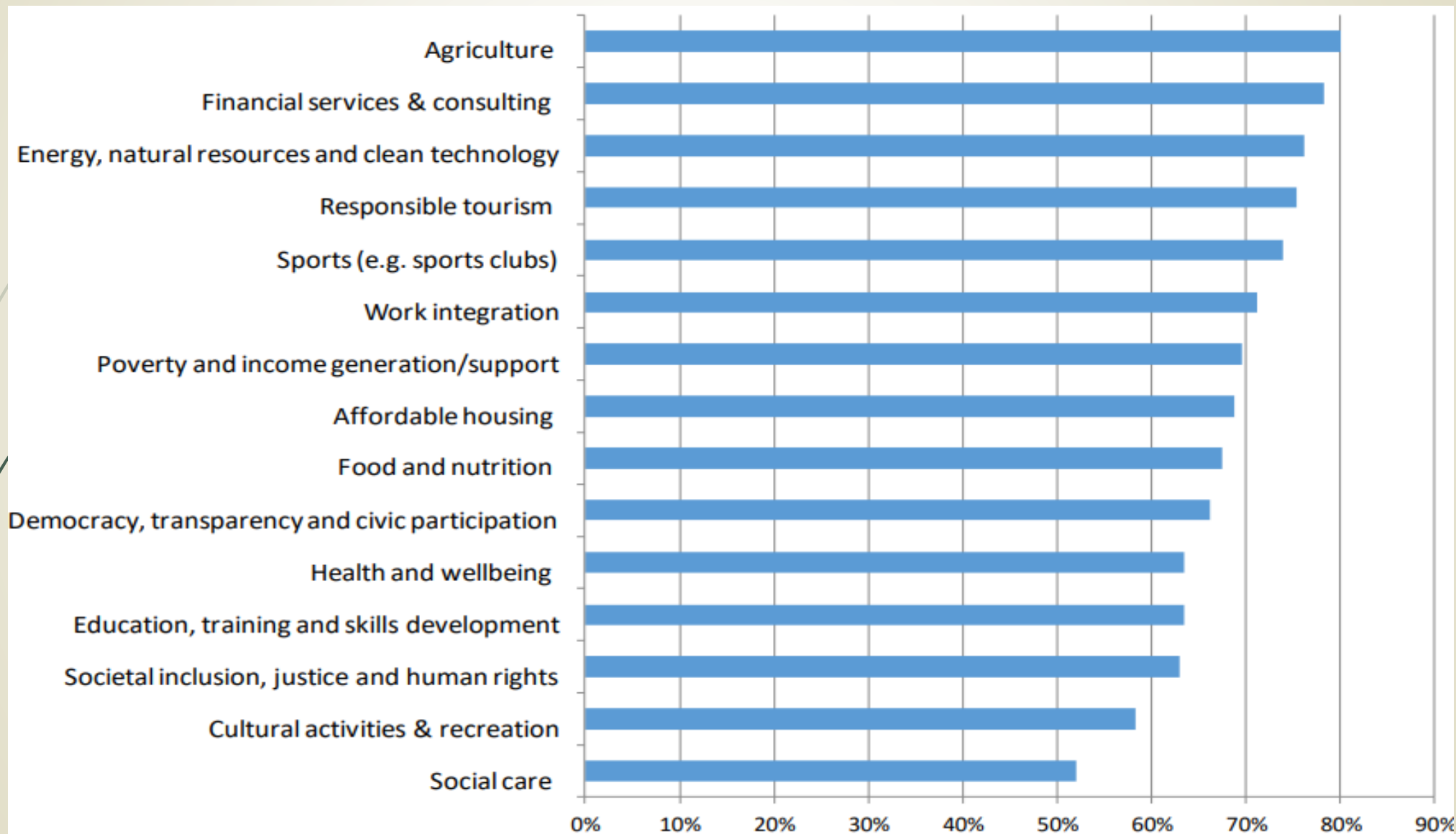
- Розбіжності щодо цілей співпраці чи ціннісної пропозиції
- Проблеми в спілкуванні/упередження
- Невідповідність та/або дисбаланс можливостей для співпраці
- Відсутність доступу до локальних мереж власників бізнесу та інших соціальних підприємств
- Недостатній венчурний капітал
- Відсутність прозорості державного фінансування
- Відсутність бажання співпрацювати в соціальній економіці/секторі соціального забезпечення
- Дисбаланс у кваліфікації та адекватності кваліфікації персоналу соціальної сфери
- Слабкі сторони, пов'язані з нестачею управлінських навичок у деяких СП
- Відсутність довіри серед партнерів
- Відсутність культурної відповідності між партнерами
- Контрпродуктивність організаційної культури СП
- Перешкоди в законодавстві, законах і політиці
- Недостатнє знання місцевих норм, цінностей та місцевих інституцій
- Брак та/або дисбаланс ресурсів (часу, робочої сили, фінансування)
- Відсутність чітких зовнішніх стимулів/підтримки співпраці
- Проблеми у зовнішньому середовищі (наприклад, правила)
- (Відчуття) фальшивої конкуренції, спричиненої державним фінансуванням



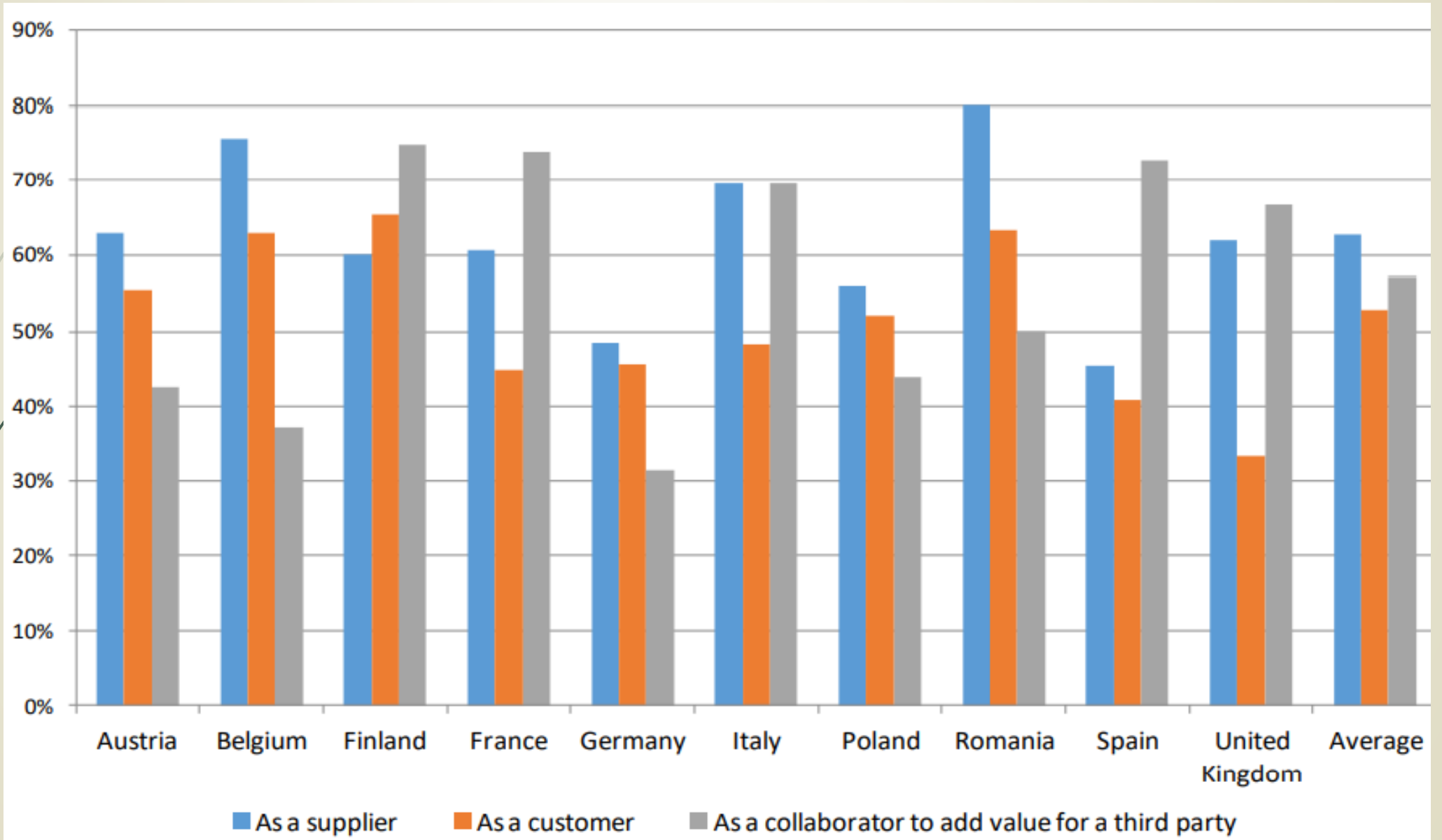
# Соціальні підприємства ЄС, які декларують співпрацю з традиційними фірмами, %



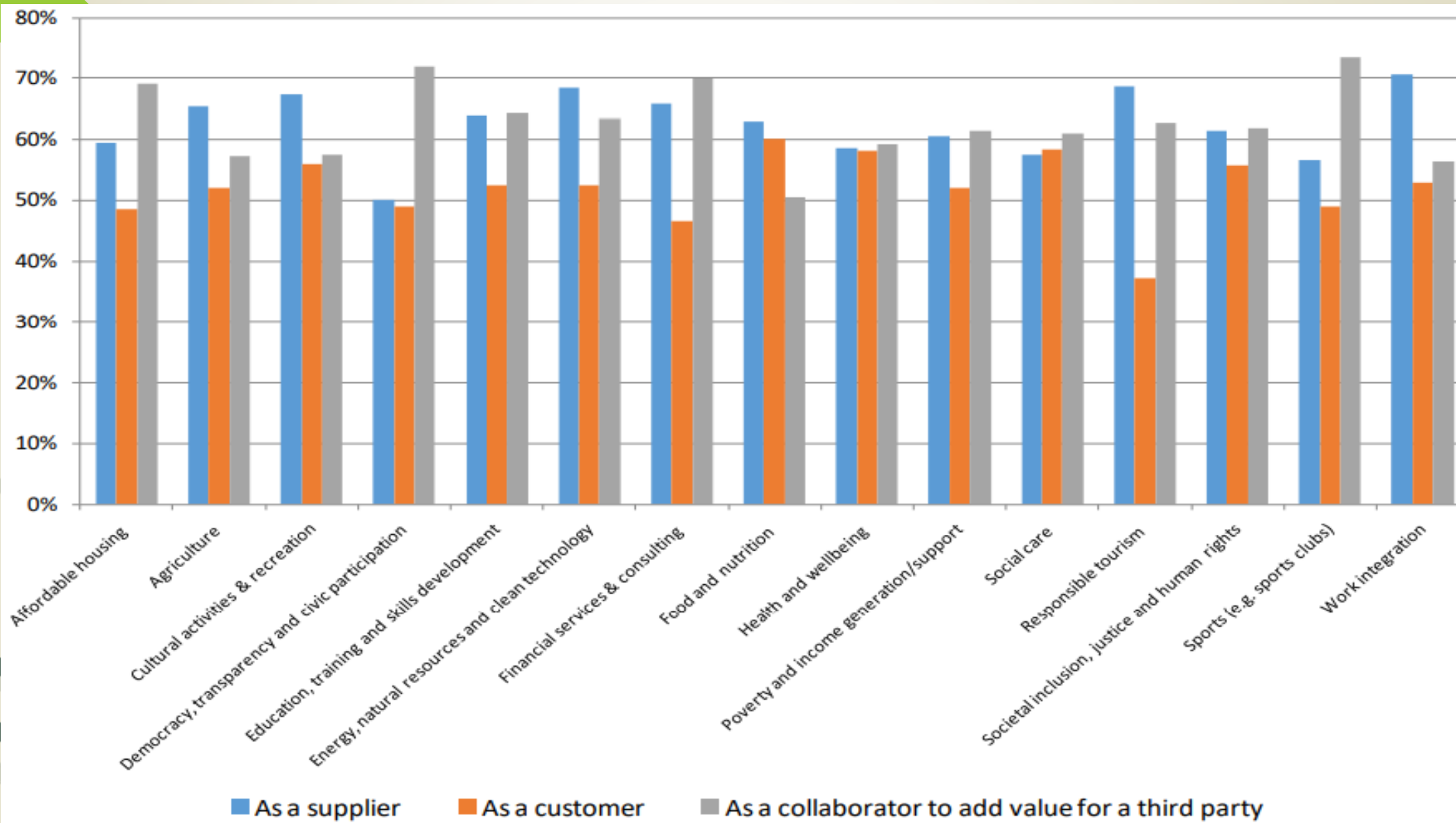
# Соціальні підприємства ЄС, які декларують співпрацю з традиційними фірмами за секторами економіки, %

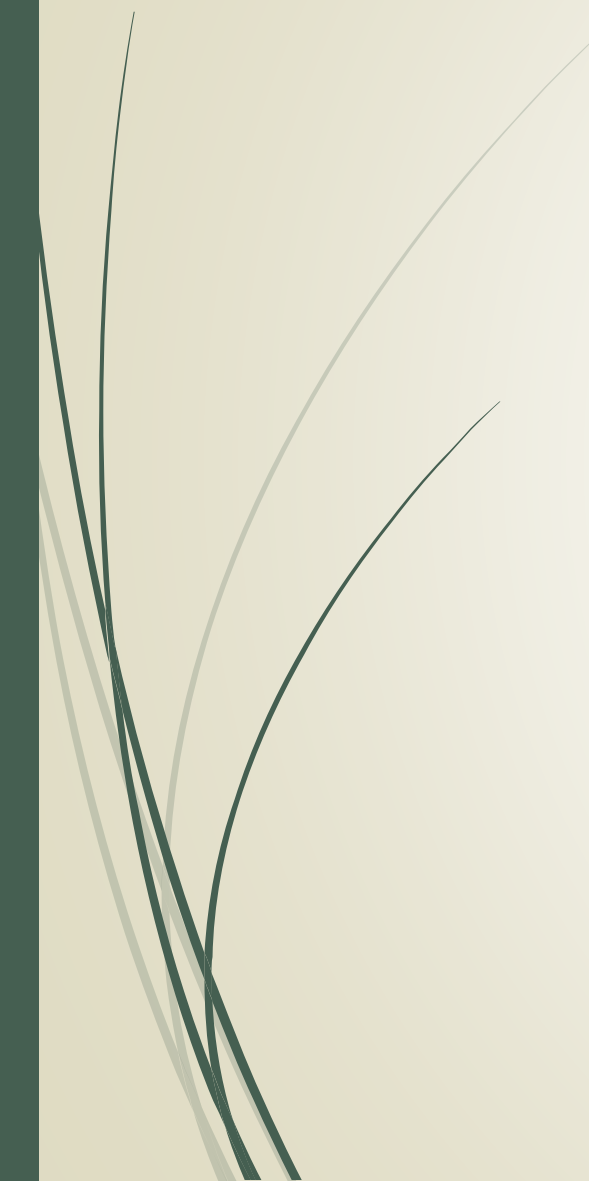
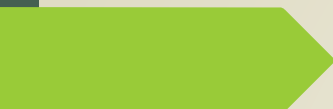


# Роль соціальних підприємств у співпраці з традиційними підприємствами за країнами, % в ЄС



# Роль соціальних підприємств у співпраці з традиційними підприємствами за секторами в ЄС, %





# Формати ланцюгів створення вартості між СП та традиційними підприємствами



# 1. СП як постачальники (Вхідна логістика комерційної фірми)

- ▶ Обслуговують **відкриті конкурентні ринки**, продають свої матеріали приватним компаніям, але без особливих умов чи переваг.
- ▶ Соціальні підприємці постачають **електронні, металеві, текстильні або дерев'яні компоненти, які використовуються та інтегруються в (готову) продукцію традиційних компаній.**
- ▶ У деяких випадках СП також виробляють готову продукцію самостійно як **субпідрядник для традиційної компанії (наприклад, взуття, одяг).**
- ▶ СП виробляють **різні продукти, ремісничі вироби, сільськогосподарську продукцію, а також кулінарні вироби (різні фірмові страви, такі як соки, джеми, благородні бренді тощо)** і постачають їх традиційним компаніям, таким як роздрібні торговці чи харчова промисловість.

## 2. Співпраця в рамках основних операцій (основних видів діяльності) традиційної компанії.

- **СП є частиною основної діяльності традиційної компанії.** У цих випадках партнерства можна розглядати як переважно інтегровані.
- Важлива синергія, партнерів не можна легко обміняти, вони вирівняли свої очікування, і інвестиції будуть значними, якщо один із партнерів випаде.
- **СП як франчайзери визнаних (роздрібних) брендів.**
- Спільне створення предметів, які продаються на ринку в рамках спільного брендингу (наприклад, мода). У них є контракти, які регулюють виробництво, брендинг, дистрибуцію компанії-партнера. Ко-брендові речі часто є аксесуарами.

### 3. СП, що підтримують основний бізнес (допоміжні види діяльності) традиційної фірми.

- ▶ **Інфраструктура фірми СП є постачальниками послуг**, які час від часу надають послуги на території для твердої інфраструктури традиційної компанії, як-от **послуги садівництва, або покривають піки роботи щодо ручних, досить простих дій (наприклад, розвантаження вантажівок).**
- СП постачають продукти, необхідні традиційній компанії, **наприклад продукти для офісу, для маркетингу, харчування/їжі, квіти, подарунки.**
- СП також доповнюють основну діяльність традиційної фірми, пропонуючи **роздрібним торговцям транспорт для людей похилого віку або забезпечуючи недорогу доставку їжі додому клієнтів.**

## 4. Інтеграція робочої сили СП та ланцюг створення вартості комерційних фірм

- ▶ СП або у співпраці з компаніями проводять навчання, надають допомогу та допомога на ринку праці:
- ▶ молодим людям, які потребують індивідуальної підтримки,
- ▶ людям, які тривалий час перебувають на лікарняному,
- ▶ біженцям
- ▶ літнім людям
- ▶ людям з інвалідністю
- ▶ маргіналізованим прошаркам населення

## 5. СП як джерело інновацій для традиційних фірм (допоміжна діяльність)

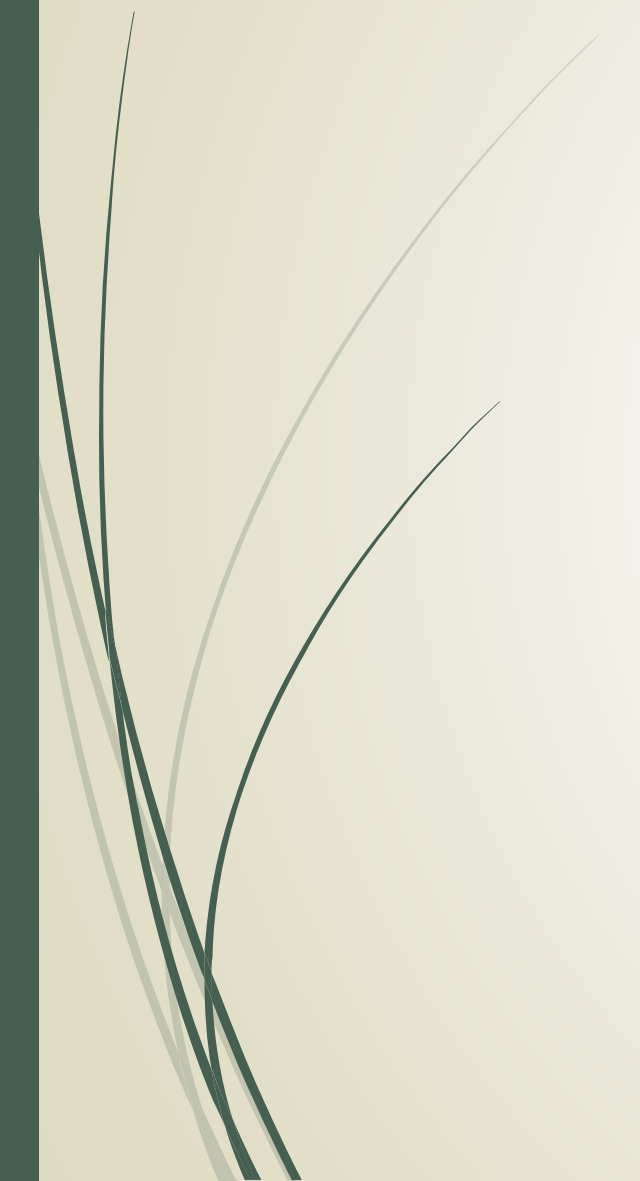
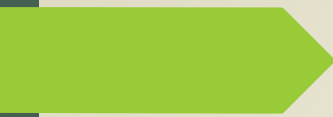
### ➤ **Відкриті інновації через співпрацю**

- У рідкісних випадках традиційні фірми створюють відділ або окрему структуру як прискорювач інновацій через стартапи (тобто відкриті інновації, поза межами), **зокрема через СП**, щоб мати можливість пропонувати продукти та послуги, що виходять за рамки стандартів.

### ➤ **Співпраця в управлінні відходами**

- **Основною формою співпраці між СП та комерційними фірмами є управління відходами.**
- Управління відходами – залежно від бізнес-моделі комерційної фірми – є або основною діяльністю (тобто моделі циркулярної економіки, збирання, демонтажу, повторне використання, ремонт), або діяльністю наприкінці терміну служби





## **2. Кейси молодіжного сталого бізнесу в сфері цифрової, циркулярної та соціальної економіки.**

# Дивосвіт Етнотселло







# Дивосвіт Етносело





## Завдання 3. Робота з інтернет-ресурсами «Молодіжне соціальне підприємництво в Європі: шеринг та цифрові технології».



- Виконайте наступні дії:
- 1) Поділіться на 4 групи.
- 2) Кожна група здійснює пошук ресурсів в мережі Інтернет на тему “Молодіжне соціальне підприємництво в Європі: шеринг та цифрові технології” (кейси, відео, блоги, сайти і т.п.) або акаунти бізнесу в соціальних мережах (Instagram, Facebook).
- 3) Вивчіть та проаналізуйте їх досвід та можливості впровадження європейського соціального молодіжного бізнесу в Україні.
- 4) Підготуйте коротку презентацію (до 10 хв.) існуючої молодіжної ініціативи та визначте спільне й відмінне з іншими групами.
- 5) Дайте відповіді на питання:
- Що є доцільним та недоцільним при впровадженні європейського досвіду в Україні?



## Завдання для самостійної роботи

Підготуйте доповідь на обрану тему:

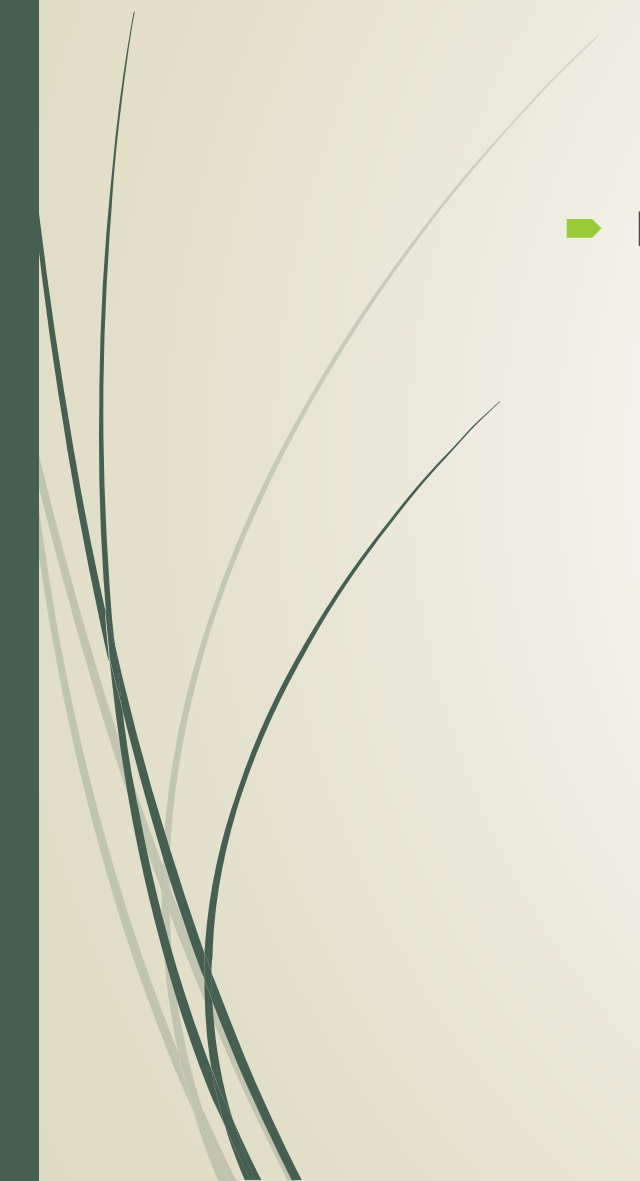
1. Проблема підвищення зайнятості молоді та розвитку молодіжного підприємництва в ЄС.
2. Досвід ЄС у сприянні працевлаштуванню та підприємництву молоді (Гарантії молоді, Ініціатива працевлаштування молоді, Ініціатива соціального бізнесу).
3. Молодіжне підприємництво в Європі: цінності, ставлення, політика.
4. Модель «соціального підприємництва» як платформа для реалізації інноваційних ідей європейської молоді (зокрема NEET-молоді) в контексті сучасних економічних, соціальних, цифрових та екологічних викликів.
5. Молодь і соціальне підприємництво в Європі: стадія розвитку, мотивація, охоплення, підтримка, мережі, фактори. Перспективи щодо окремих країн: Хорватія, Італія, Польща, Португалія.
6. Пандемія COVID-19 як чинник диверсифікації діяльності європейських ініціатив соціального підприємництва.
7. Європейська мережа підприємств соціальної інтеграції.





# Література для самостійної роботи

➤ Посилання на файл:





**Дякую за увагу!**  
nataljavengerskaja@ukr.net