



Лекція 6.

Тема: Європейське підприємництво в контексті синергії сталого бізнесу, циркулярної та соціальної економіки.

Викладач: к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму Венгерська Наталя Сергіївна

Мета: є вивчення європейське підприємництва в контексті синергії сталого бізнесу, циркулярної та соціальної економіки.

- ▶ Для досягнення мети лекції поставлено виконання таких завдань:
- ▶ розглянути еволюцію поглядів на сутність сталого бізнесу в сфері цифрової, циркулярної та соціальної економіки;
- ▶ розкрити сутнісні характеристики цифрового, соціального та традиційного підприємництва;
- ▶ охарактеризувати моделі співробітництва між суб'єктами соціальної економіки та традиційними підприємствами.

Зміст:

- ▶ 1. Сталий бізнес та цифрове підприємництво.
- ▶ 2. Сутність, принципи та структура циркулярної моделі економіки
- ▶ 3. Підходи до співробітництва у сфері соціального та традиційного підприємництва

Рекомендована література:

1. Social Business Initiative (SBI) follow up: Co-operation between social economy enterprises and traditional enterprises. Final Report. October 2018. URL: https://ec.europa.eu/growth/publications/social-business-initiative-sbi-follow-cooperation-between-social-economy-enterprises_en

2. European Commission, Towards a circular economy: A zero waste programme for Europe. 2014. URL: http://ec.europa.eu/environment/circular-economy/index_en.htm

3. EU Industrial Policy Strategy. 2017. URL: http://ec.europa.eu/environment/circular-economy/index_en.htm

4. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. URL: https://ec.europa.eu/growth/index_de

5. Антонюк К. І., Жуляєва А., Венгерська Н. С. Розвиток європейського підприємництва в контексті синергії цифрової, циркулярної та соціальної економіки. Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної «Особливості інтеграції країн у світовий економічний та політико-правовий простір» Маріуполь: Маріупольський державний університет, 2021. С. 28-32.



6. Кудрявцев В.М. Взаємозв'язок процесу цифровізації та концепції сталого розвитку. 2022. № 40. Економіка транспортного комплексу. DOI: <https://doi.org/10.30977/ЕТК.2225-2304.2022.40.74>

1. Сталий бізнес та цифрове підприємництво.

Європейський союз виокремив ключові чинники переходу до 2030 року на новий стійкий рівень економіки, екології, соціального розвитку. Ними є: наука, технології, освіта, інновації, інвестиції, оцифрування, дослідження, екологічна доброчесність. Штучний інтелект і діджиталізація можуть значно підвищити продуктивність у багатьох сферах - від охорони здоров'я до сільського господарства.

Важливість вивчення досвіду ЄС полягає у порівні різних моделей підприємництва: соціального, цифрового, циркулярного та традиційного. Задля досягнення Цілей сталого розвитку 2023, синергія цих форм підприємництва стає визначальним чинником трансформації економічної, соціальної та управлінської діяльності, пов'язаною з інклюзивністю, цифровою мережевістю та прийняттям спільних рішень. Соціальні підприємства поєднують характеристики традиційних, насамперед прибуткових підприємств та неприбуткових організацій, і цей гібридний характер відображається в їхній структурі власності та моделях діяльності.

Присутність цифрових практик у всіх секторах економіки дає можливість для впровадження екологічно чистих рішень у всі соціально-економічні структури. Сталий бізнес і цифровізація – стають все більш взаємопов'язаними [6].

Термін “цифрова економіка” “Digital Economy” (інколи – електронна економіка) з'явився в 1995р. одночасно у канадського професора менеджменту Д.Топскотта з Університету Торонто (його праця оприлюднена в 1997р.) та американського інформатика Н.Негропонтє і швидко набув поширення, витіснивши на периферію економічної науки поняття: “New Economy”, “Web Economy”, “Internet Economy”, “Network Economy” і надавши цьому терміну більш конкретний зміст. Отже, цифрова економіка – це економіка, що базується на цифрових комп'ютерних технологіях та інформаційно-комунікативних технологіях (ІКТ), але, на відміну від інформатизації, цифрова трансформація не обмежується впровадженням інформаційних технологій, а докорінно перетворює сфери і бізнес-процеси на базі Інтернету та нових цифрових технологій.



Таблиця 1.1 – Визначення цифрової економіки українськими вченими

Вчені	Визначення цифрової економіки
Карчева Г.Т., Огородня Д.В., Опенька В.А.	Цифрова економіка – це інноваційна динамічна економіка, що базується на активному впровадженні інновацій та інформаційнокомунікаційних технологій в усі види економічної діяльності та сфери життєдіяльності суспільства, що дозволяє підвищити ефективність та конкурентоспроможність окремих компаній, економіки та рівень життя населення. Цифрова економіка виступає основою Четвертої промислової революції та третьої хвилі глобалізації.
Коляденко С.	Цифрова економіка базується на виробництві електронних товарів і сервісів високотехнологічними бізнес-структурами і дистрибуції цієї продукції за допомогою електронної комерції.
Пуцентейло, П.Р., Гуменюк, О.О.	Цифрова економіка – це комунікаційне середовище економічної діяльності в мережі Інтернет, результат трансформаційних ефектів нових технологій загального призначення в сфері інформації, комунікації і нанотехнологій
Веретюк С.	Цифрова економіка – це трансформація різноманітних сфер економіки шляхом перенесення всіх інформаційних ресурсів та знань на комп'ютерну платформу

Щоб відповісти на питання, чим відрізняється цифрова економіка з точки зору підприємництва, необхідно також розглянути ширший контекст цифрової економіки. Тут є два аспекти, які є найбільш важливими. По-перше, це наявність (непрямих) мережових ефектів, а другий — це наслідки для бізнес-моделей, коли «певні витрати істотно падають і, можливо, наближаються до нуля» через цифровізацію.

Мережні ефекти виникають, коли кількість учасників ринку впливає на вартість, яку всі отримують на цьому ринку. Існують як прямі, так і непрямі мережові ефекти, і вони можуть бути як позитивними, так і негативними. Найбільш знайомий приклад (позитивного) прямого мережевого ефекту можливий у телефонній мережі, де його стає більше тим цінніше мати телефон, тим більше людей підключено до мережі. Непрямі мережові ефекти відносяться до мережевої економіки, де цінність мережі зростає для однієї сторони ринку (або платформи, як буде обговорено нижче), якщо на іншій стороні ринку/платформи є більше користувачів. Наприклад, вартість платформи Uber для поїздки збільшується для водіїв таксі, якщо на платформі більше користувачів (і навпаки).

Зважаючи на важливий вплив непрямих мереж, економія попиту від масштабу (на відміну від економії від масштабу пропозиції, наприклад, на традиційних ринках), як правило, визначає, як розвиватиметься ринок або платформа – як описано в Паркер та ін. «економія від масштабу попиту є основним джерелом позитивних мережових ефектів і, таким чином, головними чинниками економічної цінності в сучасному світі»



Тому цифрові підприємці, як правило, приділяють більше уваги та зусиль, щоб використати позитивний ефект мережі. Це, у свою чергу, робить нематеріальний капітал і спільноти, включаючи активи, якими підприємець не володіє (як у випадку таксі Uber або квартир AirBnB), більш критичним для цифрових підприємців, ніж більш традиційних підприємців.

Описані вище мережеві ефекти та особливості цифрової економіки мають наслідок підвищення невизначеності та ризику підприємництва. Справді, середовище, в якому працюють цифрові підприємці, як правило, піддається більшій невизначеності, ніж більшість традиційних форм підприємництва. Одним із проявів цього є те, що цифрові стартапи, як правило, на ранніх етапах переживають швидкі зміни та інновації через динамічний і невизначений контекст, з яким вони стикаються. Іншим проявом є те, що через непередбачуваний ріст нових цифрових підприємств відбулася еволюція в акціонерному фінансуванні – наприклад, зростання груп інвесторів. Такі інвестори зазвичай вкладають власні гроші – часто отримані від одного чи кількох успішних підприємницьких виходів із бізнесу, який вони (спів)заснували – у портфель (цифрових) стартапів, щоб отримати віддачу від інвестицій.

Описані мережеві ефекти залежать від цифрових технологій і, зокрема, від їхньої здатності знижувати витрати на зберігання, обчислення та передачу даних. Точніше, у своєму огляді літератури, А. Гольдфарб і С. Такер підкреслили, що скорочення в п'яти окремих у категорії економічних витрат, пов'язаних із зростанням цифрових технологій, а саме: витрати на пошук, витрати на тиражування витрати на транспортування, витрати на відстеження та витрати на перевірку. «Витрати на пошук нижчі в цифровому середовищі, що розширює потенційний обсяг і якість пошуку. Цифрові товари можна тиражувати за нульової вартості, тобто вони часто не є конкурентами. Змінюється роль географічної відстані, оскільки вартість транспортування цифрових товарів та інформації приблизно дорівнює нулю. Цифрові технології дозволяють легко відстежувати поведінку будь-якої людини. Нарешті, цифрова перевірка може полегшити сертифікацію репутації та надійності будь-якої окремої особи, фірми чи організації в цифровій економіці».

Зниження вищезгаданих п'яти видів витрат до дуже низьких рівнів, а іноді навіть (близьких до) нуля, має ряд важливих наслідків для природи цифрової економічної діяльності. Найголовніше, що простіше, ніж будь-коли раніше, прийняти та використовувати цифрові технології.

У цей же час цифрові платформи стали однією з найбільш обговорюваних форм цифрового підприємництва та впливу на нього, про що свідчить дослідження в економічній літературі, де розкривається дизайн і розробка таких платформ, їх соціальний та економічний вплив, а також проблеми регулювання.

Проте в літературі відсутнє загальноприйняте визначення цифрової платформи. Подібно до традиційних бізнес-моделей платформ, таких як газети, які об'єднують читачів і рекламодавців, цифрова платформа виконує проміжну або відповідну функцію між різними цифрова економіка. Зокрема, Д. Коїл



визначає платформу як «бізнес-стратегію так само, як і організацію», і багато вчених поділяють ідею, що цифрові платформи є і фірмою, і ринковою. Як правило, цифрові платформи містять чотири види учасників (які часто міняються ролями або виконують більше однієї ролі одночасно): власники платформи, виробники контенту, клієнти, які споживають контент, і постачальники інтерфейсів між виробниками. Можна розрізняти односторонні цифрові платформи (наприклад, Spotify) і двосторонні (наприклад, Uber) і багатосторонні платформи (наприклад, Microsoft). Багатосторонні платформи, як правило, є посередниками або сватами і часто навіть не створюють власний контент (наприклад, Facebook).

Цифрові платформи самі по собі змінили характер конкуренції на ринках і порушили багато традиційних бізнес-моделей масового виробництва. Часто цитуються приклади того, як Amazon згортає традиційних торговців книг, такі як Borders, або Netflix, які руйнують традиційні фірми з прокату відео, такі як Blockbuster. Хоча цифрові платформи, з причин, які будуть пояснені нижче, схильні домінувати на їхньому ринку, вони призводять до подальших збоїв, дозволяючи стороннім підприємцям розпочинати нові цифрові підприємства на платформі. З цієї причини Р. Літан розглядає цифрові платформи як «стартові майданчики для нових і потенційно руйнівних компаній».

Цифровий підприємець діє в певній екосистемі на перетині підприємницької та цифрової екосистеми. Цифрова підприємницька екосистема складається з цифрової інфраструктури, користувачів цифрової інфраструктури та цифрових артефактів, підприємницьких агентів та установ (правил гри), які формують їхню взаємодію. На основі цих компонентів вони забезпечують концептуальну основу, з якої можна підійти до розуміння та дослідження цифрової підприємницької екосистеми (рис. 1.1).

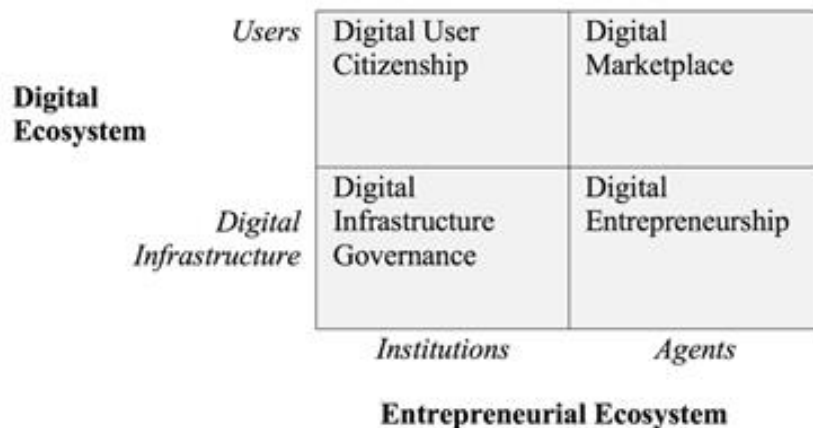


Рис. 1.1 – Цифрова підприємницька екосистема

Таким чином, цифрові платформи є суттєвим явищем у цифровому підприємстві. Цифрові підприємці шукають можливості для виробництва



цифрових артефактів і торгівлі ними на платформах та/або створення цих платформ.

2 Сутність, принципи та структура циркулярної моделі економіки

У той час як населення світу зростає з високою швидкістю – за оцінками, до 2030 року – 8,5 мільярда людей (ООН 2015), – ключові ресурси, від яких ми всі залежимо, щоб жити та процвітати, невблаганно скорочуються. У міру посилення глобалізації екологічні проблеми стають глобальними за масштабом і взаємопов'язаними за своєю природою, що викликає нагальну потребу зменшити вплив людської діяльності. Циркулярна економіка з'явилася в останнє десятиліття як перехідна модель від лінійної економіки, заснованої на загальній моделі «бери-зроби-утилізуй», до циркулярної економіки, в якій відходи можуть бути перетворені в ресурс за допомогою практики повторного використання, ремонту, реконструкції та переробки. Фонд Еллен Макартур визначає економіку кругового циклу як «індустріальну економіку, яка є відновлювальною та відновлюючою за наміром. Вона має на меті забезпечити ефективні потоки матеріалів, енергії, робочої сили та інформації для відновлення природного та соціального капіталу [1].

Для циркулярної економіки характерна енергоефективність, інноваційність, ресурсозбереженість та замкнутість циклу. За визначенням китайського державного діяча Чень Деміна: «циркулярна економіка є свого роду шаблоном економічної експлуатації, відповідно до якого матеріальні ресурси можуть бути використані по колу, тобто включені повторно у виробництво. Метою циркулярної економіки є забезпечення нескінченного використання матеріальних ресурсів». Тобто можна зробити висновок, що за допомогою циркулярної економіки відходи стають джерелом доданої вартості. Розвиток кругової економіки може стати невід'ємною частиною четвертої промислової революції, яку прогнозують у майбутньому.

Для стандартизації концепцій Міжнародна організація стандартів (ISO) сформувала новий технічний комітет кругової економіки. Відповідно до ISO, циркулярна економіка – це та модель, яка є відновлювальною та екологічно безпечною. Також повторне використання продукції і правильна утилізація мають призвести до зменшення відходів шляхом контролю і збереження ресурсів. Нові стандарти кругової економіки враховуватимуть екологічні, соціальні та економічні наслідки кругової діяльності. Діяльність і результат циркулярної економіки може мати довготривалий позитивний вплив на багато інституцій. На відміну від короткострокової лінійної моделі, яка у майбутньому призведе до негативних наслідків. Нижче наведено простий графічний приклад порівняння двох економічних моделей: лінійної та циркулярної (рис. 1.2-.13)

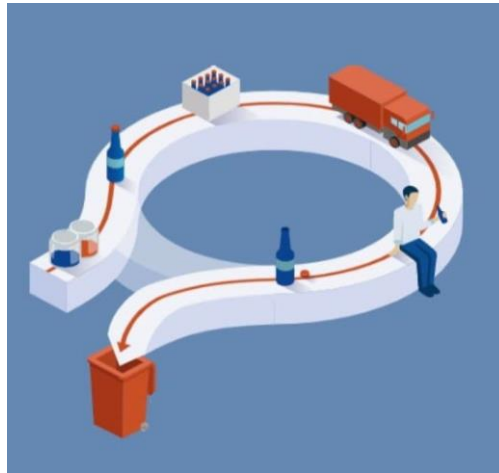


Рис. 1.2 – Модель лінійної економіки

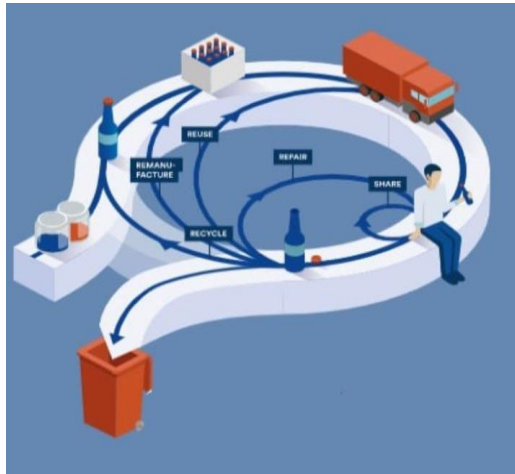


Рис. 1.3 – Модель циркулярної економіки

Ці два рисунки зрозуміло пояснюють лінійність життєвого циклу продукту і циркуляцію в економіці при використанні кругової моделі. Також зображується багатство, ефективність і користь від імплементації нової економічної моделі. Продукт можна направити на переробку, обміняти або продати, безпечно утилізувати та повторно використати. Далі більш детально про структуру.

В структурі кругової економіки було закладено три ключових принципи, які можна охарактеризувати як принципи «3 R»:

- а) reduce (зниження кількості відходів і забруднення навколишнього середовища);
- б) reuse (повторне використання і замкнутий цикл виробництва та споживання);
- в) recycle (переробка, підвищення ефективності продукції і економія ресурсів).

Циркулярна економіка не обмежується лише повторним використанням та переробкою матеріальних ресурсів. Вона також наголошує на використанні альтернативних, відновлюваних джерел енергії, таких як біогаз, енергія вітру та сонячної енергії. Така стратегія надихається природою, де рослини



використовують поживні речовини біомаси, що розкладається, воду та сонячну енергію для свого існування. Щоб наслідувати природних виробників, циркулярна економіка сприяє виробництву та споживанню стійкої та екологічної енергії замість спалення невідновлюваних викопних видів палива. Також ще раз можна наголосити на безперервному циклі взаємодії виробничих, споживчих та природних систем (рис. 1.4)



Рис.1.4 – Структура циркулярної економіки

Європейська комісія розробила детальні пропозиції щодо кругової економіки у 2014 р. [2] на основі досліджень, які оцінюють економію до 630 мільярдів євро на рік для європейської промисловості та збільшення ВВП ЄС на 3,9% за рахунок кращого використання ресурсів та створення нових ринків і робочих місць. У 2018 році Комісія підтвердила свою прихильність до кругового переходу, запровадивши новий набір заходів, включаючи нову стратегію щодо пластмас, яка призведе до 2030 року до повної переробки пластикової упаковки.

Основні консалтингові та аналітичні центри в усьому світі зробили внесок у окреслення широкого спектру можливостей, що впливають із кругових підходів, підкресливши, наскільки вони можуть працювати на перехресті між екологічною стійкістю, соціальними змінами та руйнівними інноваціями майже у всіх галузях промисловості. Крім того, до цього можна додати поточні дебати навколо так званої «Індустрії 4.0», оскільки вона все частіше розглядається як важіль для розумніших, ефективніших та екологічно чистих промислових систем. Дійсно, кругова економіка пропонує багатообіцяючі моделі інноваційних бізнес-моделей. Циркулярне постачання, подовження терміну служби продукту, відновлення ресурсів, платформи спільного використання та обслуговування — це деякі ключові сфери, де циклічність може принести радикальні нові інновації, стимулюючи нові бізнес-напрямки та змінюючи



бізнес-альянси на мережеві системи. Кругова економіка та соціальна економіка справді мають кілька точок зв'язку: оскільки циркулярні моделі глибоко вкорінені в екологічній та соціальній стійкості, вони можуть являти собою незмінні важелі розвитку людського капіталу, посилення соціальної згуртованості та допомоги відновленню та регенерації міст і регіонів.

3. Теоретичні підходи до співробітництва у сфері соціального та традиційного підприємництва

У контексті цього дослідження соціальні підприємства (СП) визначаються як організації, які здійснюють торгівлю з соціальними цілями і можуть приймати різноманітні правові форми в секторі соціальної економіки. СП поєднують характеристики традиційних, насамперед прибуткових підприємств та неприбуткових організацій, і цей гібридний характер відображається в їхній структурі власності та моделях діяльності. Вони можуть прагнути до зростання та масштабування, щоб збільшити свій вплив на суспільство.

Співробітництво визначається як офіційні або неформальні відносини, за допомогою яких два або більше суб'єктів працюють разом для вирішення соціальної проблеми, розподілу ресурсів, активів і ризиків і можуть створювати цінність для взаємної вигоди та для суспільства в цілому. Це часто має місце в міжсекторному контексті, що означає, що це призводить до зв'язування або обміну інформацією, ресурсами та можливостями суб'єктами у двох або більше секторах, чого не можуть досягти організації в одному секторі окремо.

Співпраця може відбуватися між різними секторами шляхом двосторонніх або багатосторонніх угод. Ця міжгалузєва характеристика позначається як міжсекторне соціальне партнерство та міжсекторне співробітництво, що означає «зв'язування або обмін інформацією, ресурсами, діяльністю та можливостями організаціями, групами чи окремими особами у двох або більше секторах для досягнення спільного результату». результат, якого не могли б досягти організації в одному секторі окремо».

«Соціальне підприємство — це оператор соціальної економіки, головна мета якого — мати соціальний вплив, а не отримувати прибуток для своїх власників чи акціонерів. Воно діє, надаючи товари та послуги для ринку підприємницьким та інноваційним способом і використовує свій прибуток насамперед для досягнення соціальних цілей. Ним керують відкрито та відповідально і, зокрема, залучають співробітників, споживачів та зацікавлених сторін, які постраждали від його комерційної діяльності».

«Соціальні інновації – це інновації, які є соціальними як за своїми цілями, так і за їх засобами, і зокрема ті, які стосуються розробки та впровадження нових ідей (щодо продуктів, послуг і моделей), які одночасно задовольняють соціальні потреби та створюють нові соціальні відносини або співробітництва, тим самим приносячи користь суспільству та підвищуючи його здатність



діяти».

Підприємства соціальної економіки – це суб'єкти економіки, головною метою яких є створення позитивного соціального впливу. За визначенням, підприємства соціальної економіки використовують більшу частину свого можливого прибутку як засіб для досягнення своїх основних соціальних цілей, а не максимізацію прибутку для своїх власників та акціонерів. Їхня діяльність базується насамперед, але не виключно, на бізнес-моделях з обмеженим розподілом прибутку, завдяки чому більшість їхніх надлишків повторно інвестується в подальший розвиток своєї діяльності».

Соціальне підприємництво має три виміри (рис. 1.5):

а) підприємницький вимір, тобто заняття безперервною економічною діяльністю з виробництва та/або обміну товарами та/або послугами, що переслідує соціальну мету та генерує певну форму самофінансування, але не обов'язково займається регулярною торговельною діяльністю;

б) соціальний вимір, тобто первинна і чітка соціальна мета, яка приносить користь суспільству та створює соціальний вплив. Він повинен мати обмеження на розподіл прибутків та/або активів, оскільки метою таких обмежень є пріоритет соціальної мети над отриманням прибутку;

в) вимір управління, що дає змогу ще чіткіше відрізнити СП від звичайних підприємств та традиційних неприбуткових організацій та інших суб'єктів соціальної економіки. СП мають бути незалежними, тобто мати організаційну автономію від держави та інших традиційних комерційних організацій; повинні мати інклюзивне врядування, тобто характеризуватися участю та/або демократичними процесами прийняття рішень. Вимір управління є суттєвим, щоб відрізнити фінансовані державою СП від підприємств, що «саморозвиваються», що розвиваються з індивідуальних і недержавних ініціатив.

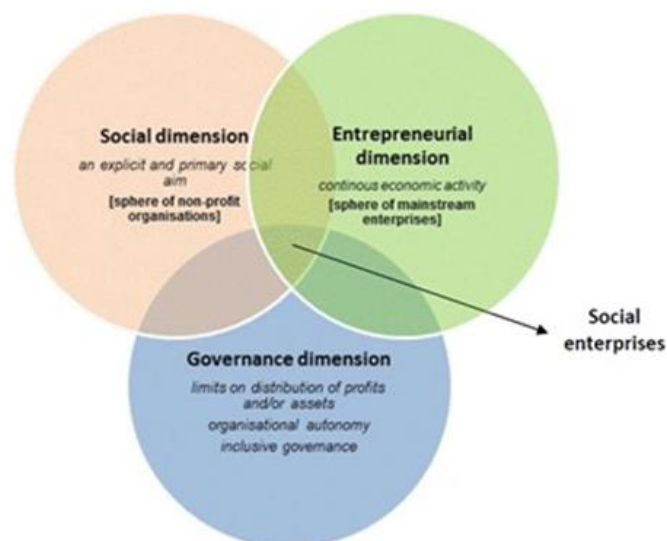


Рис. 1.5 – Три виміри ідеальної моделі соціального підприємства



Соціальне сільське господарство, територіальний захист та протилежність бідності є деякими серед багатьох інших прикладів сфер, де фірми та соціальні підприємства можуть досягти значущої синергії, чи то за допомогою гібридних ланцюжків створення вартості, змішаних бізнес-моделей, спільних ініціатив з підвищення обізнаності та стратегічного використання діяльності з корпоративною соціальною відповідальністю.

Більше того, в рамках нової тенденції сервіризації, соціальні підприємства можуть отримати вигоду від розширення можливостей співпраці з традиційними фірмами, особливо в рамках нових бізнес-моделей, які розширюють споживання товарів і матеріалів за допомогою інтегрованих послуг оренди, обміну та бартеру, серед іншого. У цьому відношенні та соціальні підприємства можуть діяти як стратегічні партнери для досягнення «нових» цілей, таких як молодь та місцеві громади, які особливо уважні до екологічних проблем.

Крім того, типова динаміка споживання та виробництва, викликана економікою спільного використання, може також додати додаткові рівні інновацій, засновані на розумному використанні цифрових технологій для розблокування однорангових і розподілених обмінів у економіці кругового циклу, які можуть бути B2B (бізнес-бізнес), C2C (споживач для споживача) і B2B2C (бізнес для бізнесу споживачу). Однак, незважаючи на зростаючий інтерес до економіки кругового циклу з боку майже всіх верств суспільства, мало що відомо про поточний масштаб міжгалузевої співпраці в цій галузі в Європі.

Натомість велика увага приділяється соціальним інноваціям як ґрунту для ініціатив щодо вирішення екологічних проблем, а також використанню циркулярних та/або спільних моделей як двигунів для залучення місцевих громад до підходів до сталого виробництва та споживання. У цьому контексті нещодавні проекти, які фінансуються ЄС, допомагають отримати деяке уявлення про типи учасників, залучених до кругових ініціатив; проекти дають натяки на те, що неурядові та неприбуткові організації є частими ініціаторами циркулярних ініціатив, а також припускають можливу ключову роль, яку відіграють приватні компанії. Результати опитування також показують, що найбільш повторюваними правовими формами/учасниками кругової економіки є товариства з обмеженою відповідальністю (30,4%), за ними йдуть компанії з обмеженою відповідальністю (23,4%), соціальні підприємства (21,6%) та асоціації (19,8%). Натомість залучення кооперативів та фондів у цій галузі видається менш актуальним (трохи нижче 10%) [1].

Цифровізація зазвичай стосується впровадження нових технологій, таких як великі дані, штучний інтелект, комунікація між машинами та цифровізація процесів в організаціях. Цифровізація бізнес-процесів є одночасно викликом і можливістю для багатьох соціальних і традиційних підприємств, а також для малих і середніх підприємств (МСП), зокрема. Співпраця в цьому питанні для соціальних і традиційних підприємств може мати взаємодію: соціальні



підприємства можуть черпати натхнення з того, як традиційні підприємства використовують нові цифрові технології для покращення своїх продуктів і послуг і підвищення ефективності своєї діяльності, що, в свою чергу, підвищує їх конкурентоспроможність.

Учасники соціальних підприємств також можуть навчитися у традиційних підприємств, як використовувати соціальні медіа та інструменти цифрового маркетингу, щоб підвищити свою видимість і репутацію серед громадськості. Навпаки, традиційні підприємства можуть дізнатися у соціальних підприємств, якими можуть бути етичні наслідки більшого використання цифрових технологій і опори на них. Це, зокрема, стосується посилення обробки персональних даних та зростання потужності алгоритмів у формуванні громадської думки. Ці можливості для взаємного навчання свідчать про те, що цифрові технології можуть бути рушійною силою співпраці між соціальними підприємствами та традиційними підприємствами. Цей потенціал все більше визнається [5].

Цифрові соціальні інновації описують зростаючу важливість спільних інновацій з використанням цифрових технологій та використання мережевого ефекту Інтернету для створення рішень для соціальних потреб. Інновації, запроваджені таким чином у різних секторах економіки та суспільства в цілому, включають відкритий доступ до даних, спільне виробництво, та мережі поінформованості, що забезпечують стійку поведінку. Цей трансформаційний потенціал нових технологій для соціального підприємництва був визнаний Європейською комісією, коли вона запустила інноваційну платформу Social CHALLENGEs Innovation Platform, яка стимулює соціальні підприємства об'єднуватися з іншими типами підприємств для спільної розробки рішень суспільних проблем. Дві інші відповідні ініціативи на рівні ЄС – це Європейський конкурс соціальних інновацій, який у 2017 році був нагороджений на Ярмарку цифрових соціальних інновацій, та премія Blockchains for Social Good, яка присуджується за інноваційні рішення соціальних проблем із використанням технологічних рішень [3-4].

Наведені вище приклади ілюструють потенціал співробітництва традиційних підприємств з соціальними з використанням цифрових технологій. Як правило, традиційне підприємство допомагає соціальним модернізувати свою діяльність або навчати цифрових навичок. Натомість традиційне підприємство отримує соціальне визнання і може створити майбутній бізнес соціальними моделями.