



Лекція 6

на тему «Європейське підприємництво в контексті синергії сталого бізнесу, циркулярної та соціальної економіки»

К.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму
Венгерська Н.С.

Актуальність теми

- ▶ 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.
- ▶ Актуальність теми лекції виявлена порівнянням 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.

Мета і завдання лекції

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

План

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

1. Сталий бізнес та цифрове підприємництво.

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.

- ▶ 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

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

Цифрова платформа

- ▶ Д. Койл визначає платформу як «бізнес-стратегію так само, як і організацію», і багато вчених поділяють ідею, що цифрові платформи є і фірмою, і ринком.
- ▶ 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 розрізнити 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).

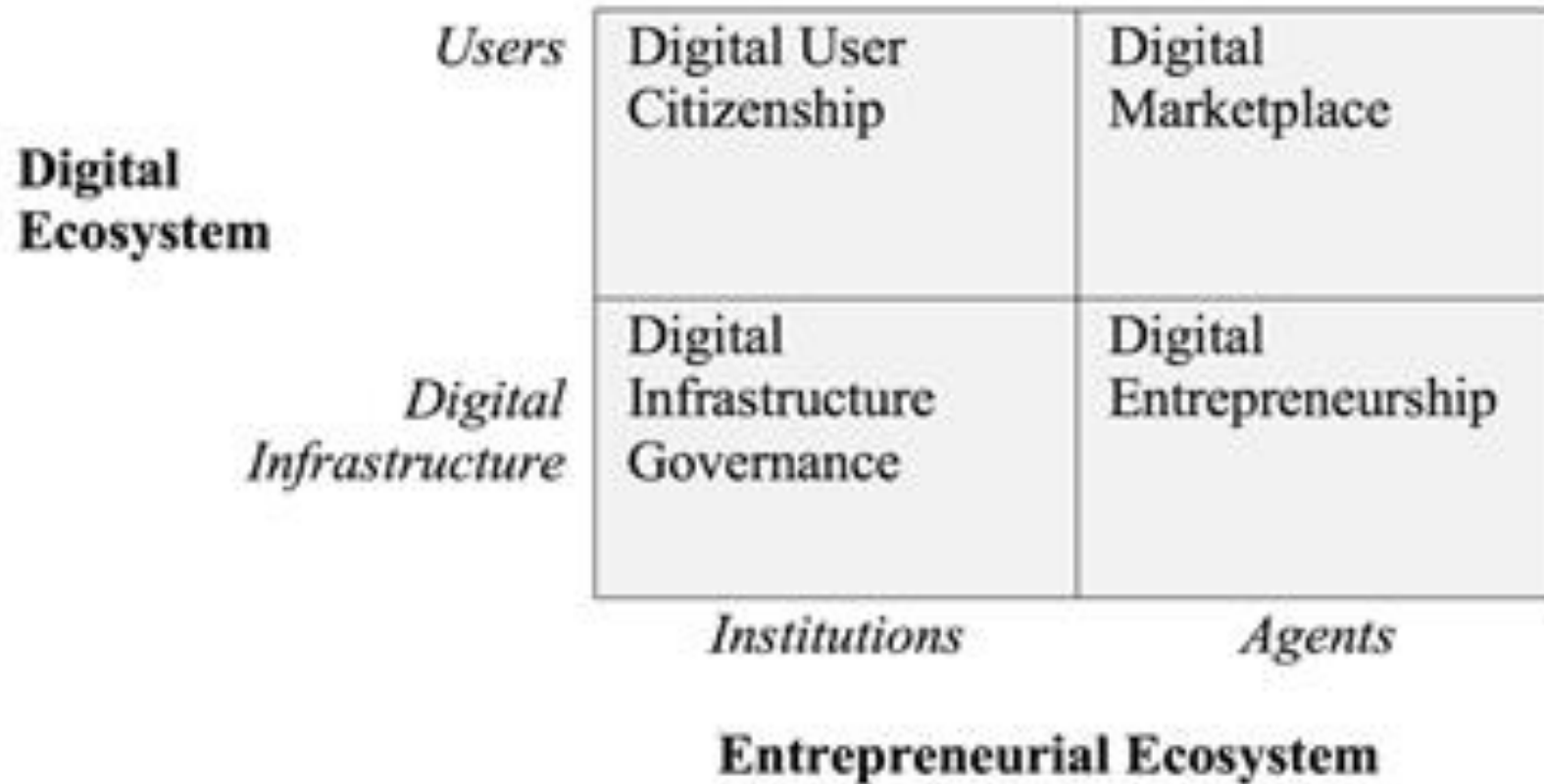
Вплив цифровізації економіки на підприємництво розкривається у таких аспектах:

- ▶ нові форми договорів;
- ▶ створення баз даних для зберігання та аналізу;
- ▶ цифровий простір робить експерименти, виробництво та поширення швидшими, простішими та менш витратними;
- ▶ цифровізація та обчислення дають можливість (гіпер) персоналізації та масової адаптації;
- ▶ можливість використовувати вхідні ресурси та рішення краудсорсингу;
- ▶ зміна підприємницької діяльності - поступовий зсув від підприємця-одинака до спільноти.

Вплив цифровізації на підприємництво

- ▶ Важливе значення набувають цифрові мережі, які надають мережні ефекти в залежності від кількості учасників ринку, що впливає на вартість, яку всі отримують на цьому ринку.
- ▶ Проте мережеві ефекти та особливості цифрової економіки мають наслідок підвищення невизначеності та ризику підприємництва.
- ▶ Цифрові платформи (Amazon, Borders, Netflix) змінили характер конкуренції на ринках і порушили багато традиційних бізнес-моделей масового виробництва.

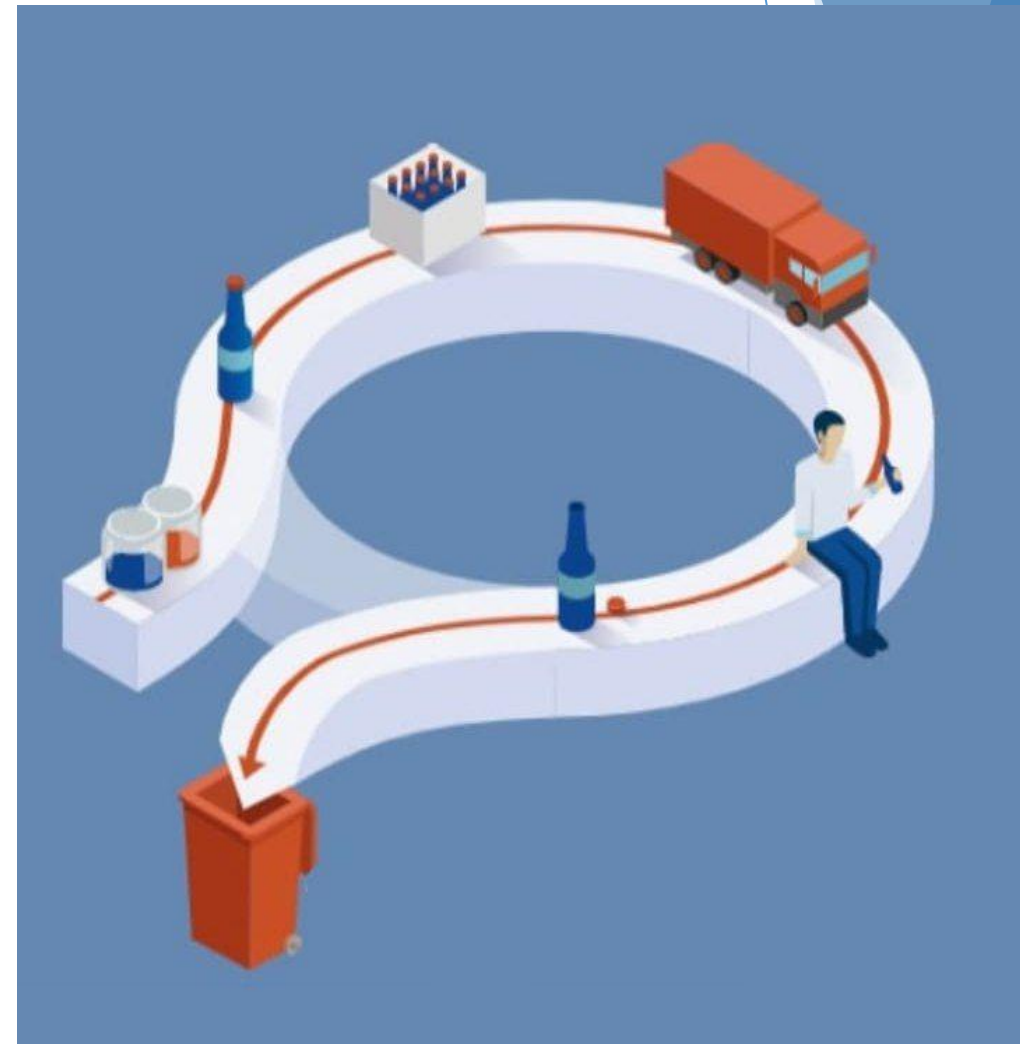
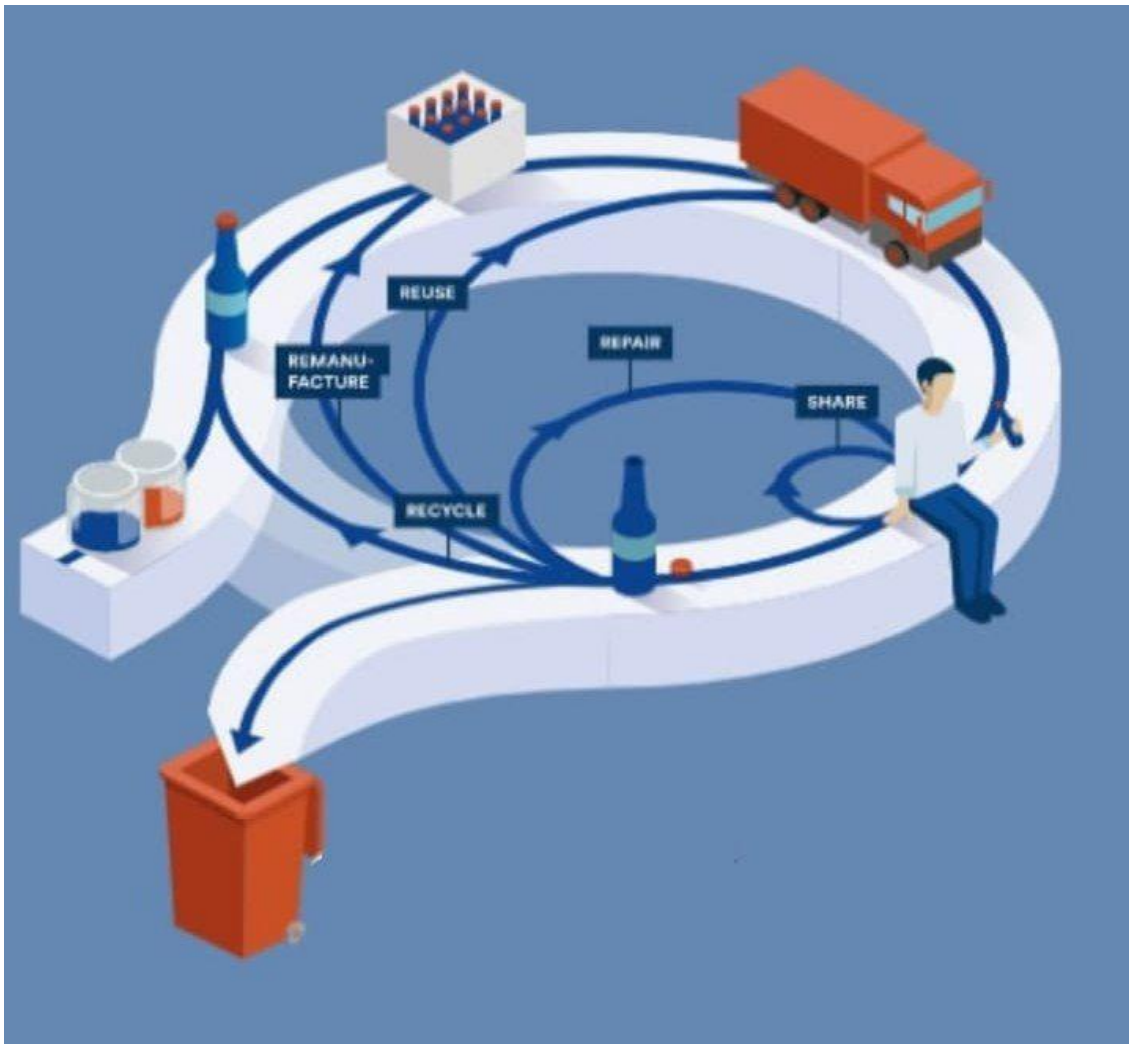
Цифрова підприємницька екосистема



Цифровий підприємець діє в цифровій екосистемі, яка знаходиться на перетині підприємницької та цифрової екосистем.

2. Сутність, принципи та структура циркулярної моделі економіки

Моделі циркулярної та лінійної економіки



Три ключових принципи, які можна охарактеризувати як принципи «3 R»

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



Структура циркулярної економіки



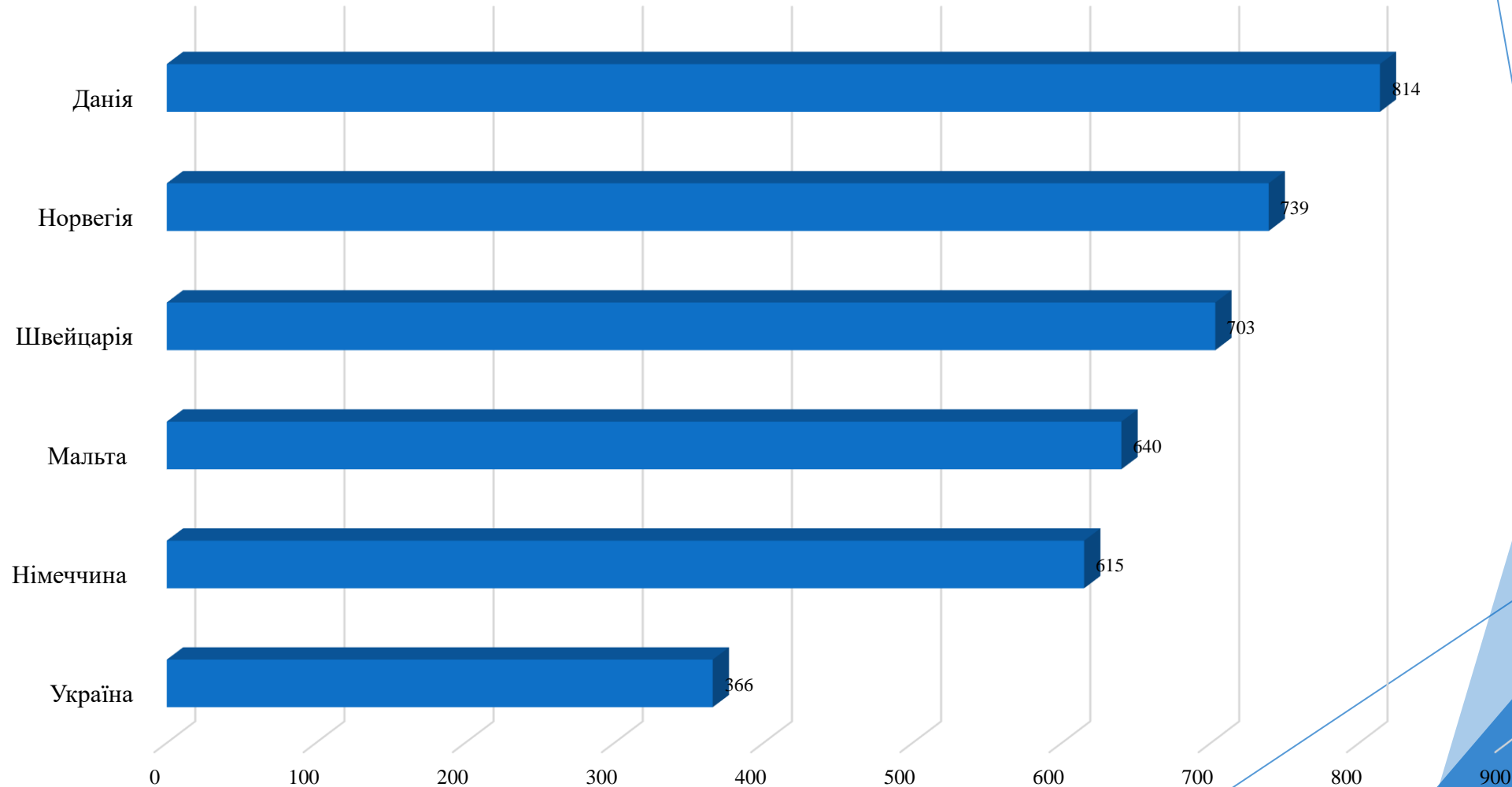
Динаміка об'єму відходів та інвестицій в Україні з 2006 по 2018 роки

Роки	Відходи внаслідок виробничої діяльності на одиницю ВВП, кг / 1000 дол	Викиди забруднюючих речовин, тис. тон	Капітальні інвестиції в охорону навколишнього середовища, тис. грн	Поводження з відходами I-IV груп, тис. тон
2006	788,3	7027,6	2,194,188.5	1967
2007	897,5	7380,0	3,080,487.6	2061,4
2008	688,2	7210,3	3,731,400.4	2017,4
2009	715,4	6442,9	3,040,733.7	1174,9
2010	1177,3	6678,0	2,761,472.1	483,723.5
2011	1172,5	6877,3	6,451, 034.6	431,848.7
2012	1177,4	6821,1	6,589,336.5	434, 296,8
2013	1173,9	6719,8	6.038,783.0	436,217.7
2014	1001,4	5346,2	7,959,853.9	313,922.8
2015	977,4	4521,3	7,675,597.0	245,893.4
2016	904,2	4498,1	13,390,477.3	243,115.7
2017	1089,8	3974,1	11,025,535.2	270,922.2
2018	1015,7	3866,7	10,074,279.3	274,210.5

Опитування важливості імплементації циркулярної економіки в різні сектори України, у %

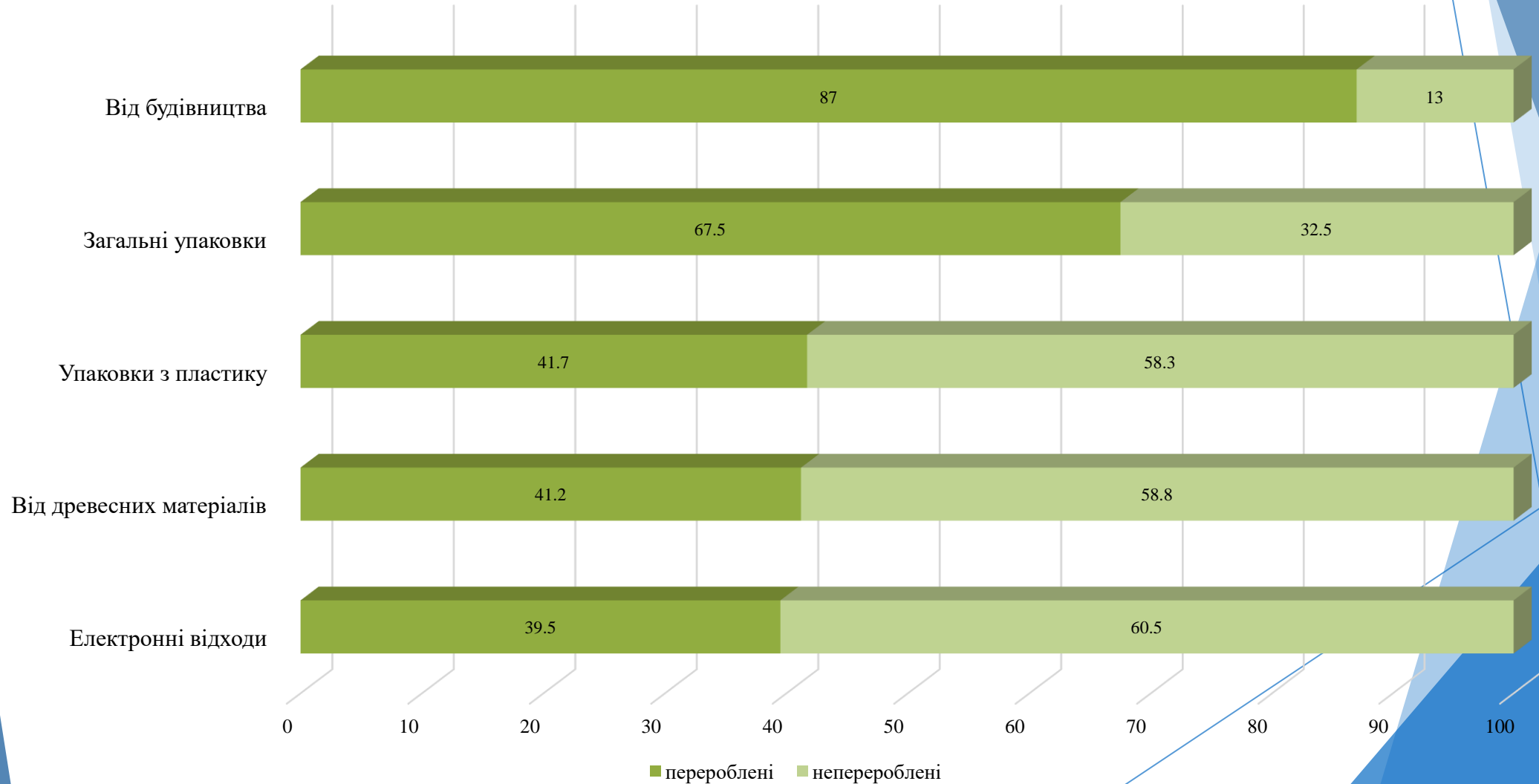
Сектор	Неважливо і вплив незначний	Важливо	Надважливо, стратегічне значення	Рейтинг по ступеню важливості
Сільське, лісове господарство, рибальство	25	45	30	6
Хімічна промисловість	13	19	68	2
Енергетика	24	26	50	3
Харчова промисловість	34	18	48	5
Інша економічна діяльність	20	56	24	7
Гірничодобувна промисловість	14	10	76	1
Будівництво	22	37	41	4

Управління міськими відходами в країнах Європи та в Україні, (в кг на душу населення 2018 р.)



Процент співвідношення перероблених і неперероблених відходів в Німеччині за 2017 рік

Переробка специфічних відходів (в %, 2017 р.)



3. Підходи до співробітництва у сфері соціального та традиційного підприємництва

- ▶ 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.
- ▶ 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

Європейські
дослідження в
сфері взаємодії
соціального та
традиційного
підприємництва

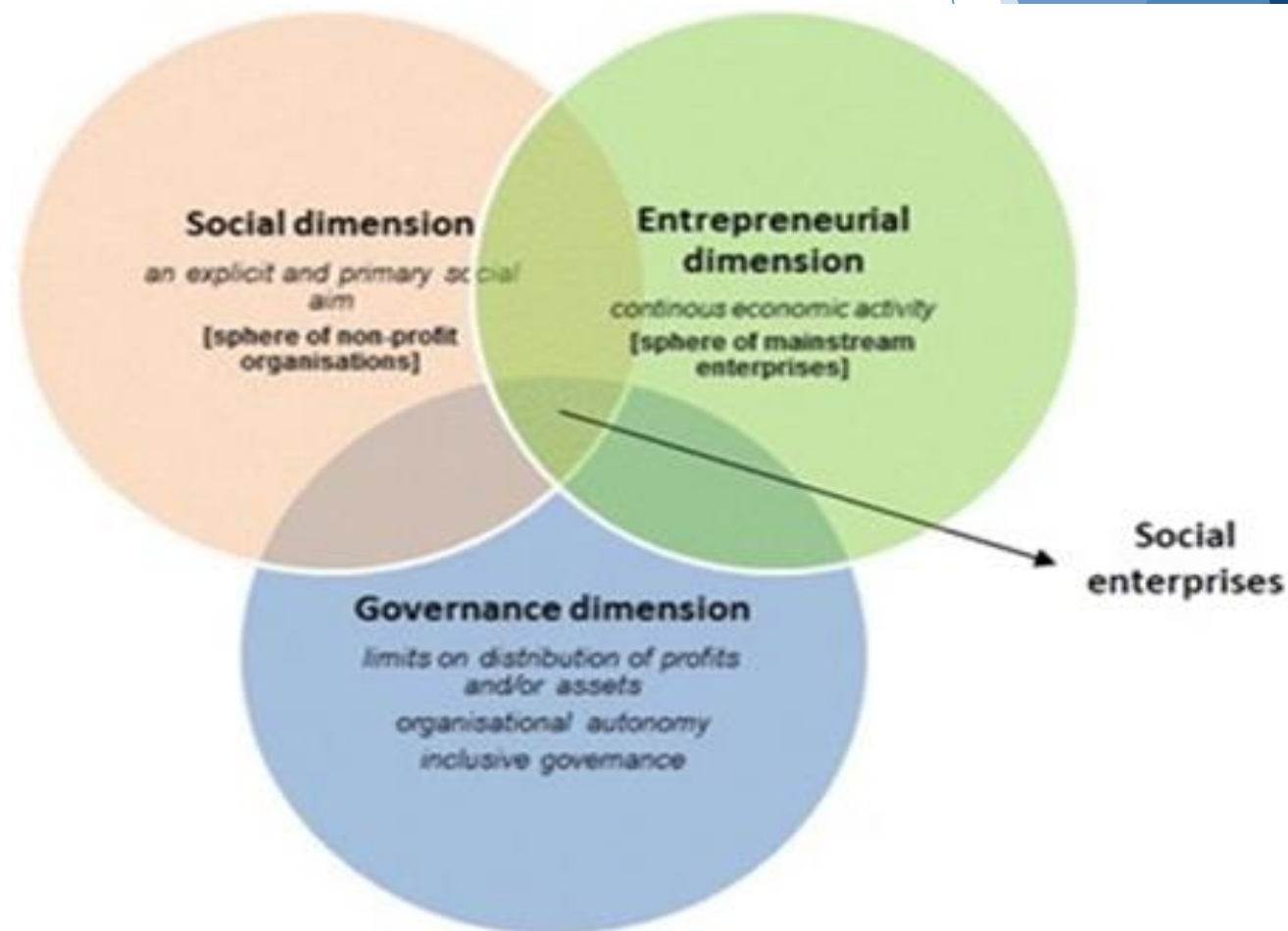
Social Business Initiative (SBI) follow
up: Co-operation between social econ-
omy enterprises and traditional enter-
prises

Final Report

October 2018

Три виміри ідеальної моделі соціального підприємства

- ▶ Соціальне підприємництво можна розглядати як «гібридний бізнес», тобто нові бізнес-моделі, які часто переслідують соціальні або екологічні цілі разом з економічними, створюють соціальну й екологічну цінність.



Соціальне підприємництво має три виміри

- ▶ 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.

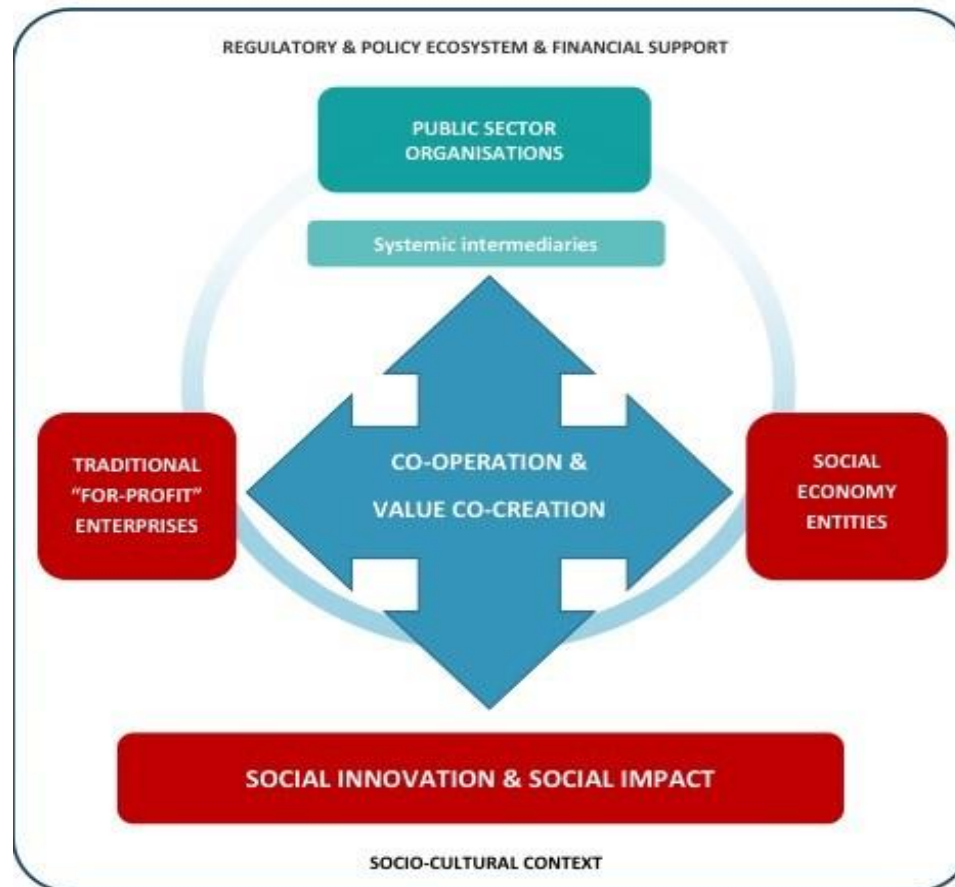
Нові форми соціального підприємництва: соціальні інтрапренери та соціальні екстрапренери

Напря́м	Соціальне підприємництво	Соціальне інтрапренерство	Соціальне екстрапренерство
Визначення	Створення нових організацій для соціальних інновацій	Соціальні інновації в створених організаціях	Соціальні інновації в усталених організаціях
	Процес створення та розвитку підприємства, комерційного та/або некомерційного, де мотивацією підприємця є вирішення соціальних проблем.	Процес вирішення соціальних проблем зсередини створених організацій	Процес міжорганізаційних дій, що сприяє альтернативним комбінаціям ідей, людей, місць і ресурсів для вирішення соціальних проблем.
Підхід до соціальних змін	Створює зміни через створення нових організацій	Створює зміни, використовуючи ресурси та можливості створених організацій	Створює зміни за допомогою платформ, які підтримують колективні зусилля всередині нових і створених організацій і між ними
Приклади	Recicleta - це перший вуглецевий нейтральний проект у Румунії	Unilever, Великобританія. У 2005 році було впроваджено внутрішню стратегічну програму, щоб залучити споживачів і ринкових впливових осіб до «нової розмови про стійкість» з клієнтами та іншими зацікавленими сторонами.	Екстрапренери. Франція Це платформа, яка надає можливість компаніям розробляти нові та стійкі проекти за підтримки команди підприємців

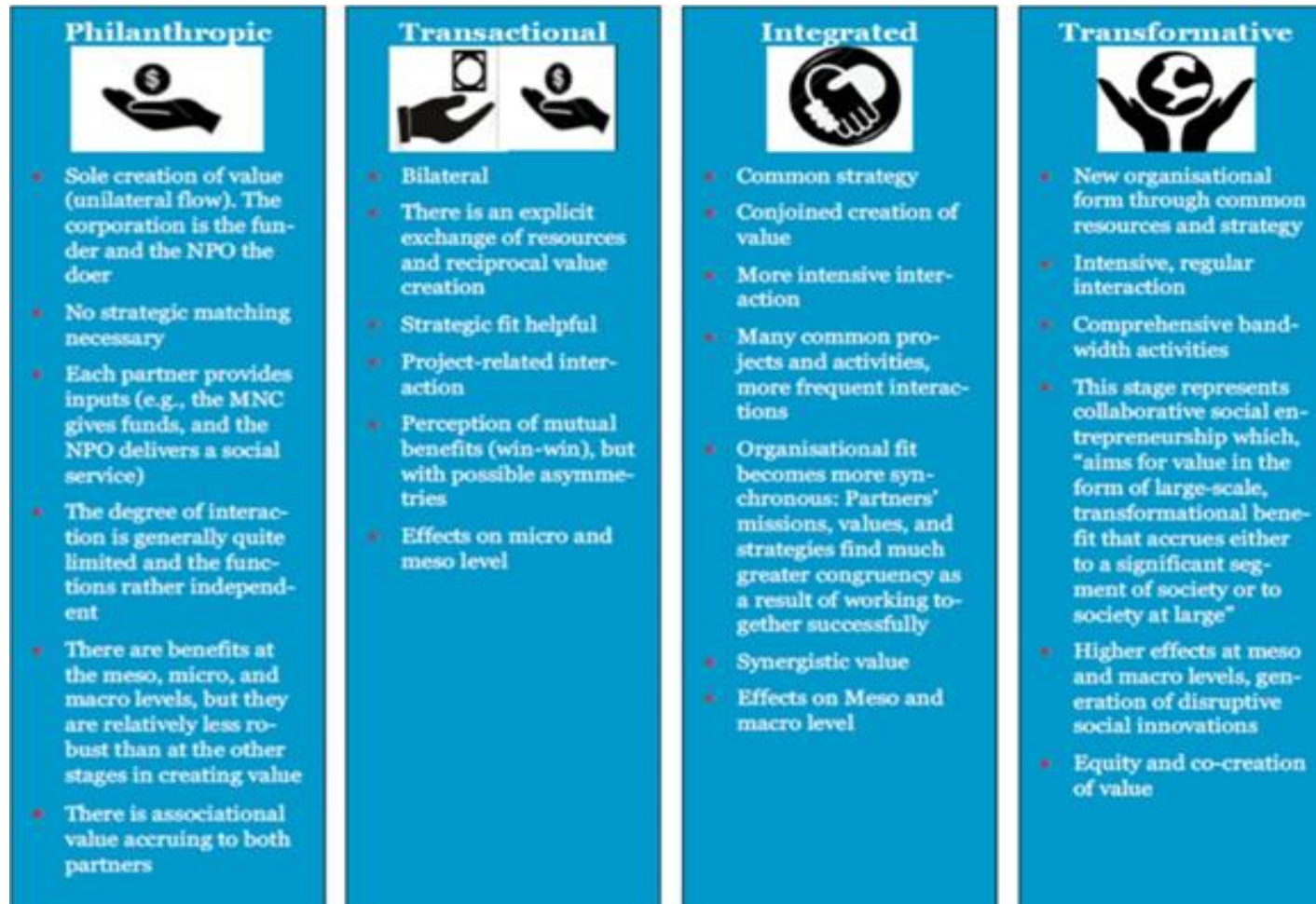
Типи партнерств між некомерційними організаціями та суб'єктами бізнесу в ЄС

- ▶ 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.
- ▶ 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.

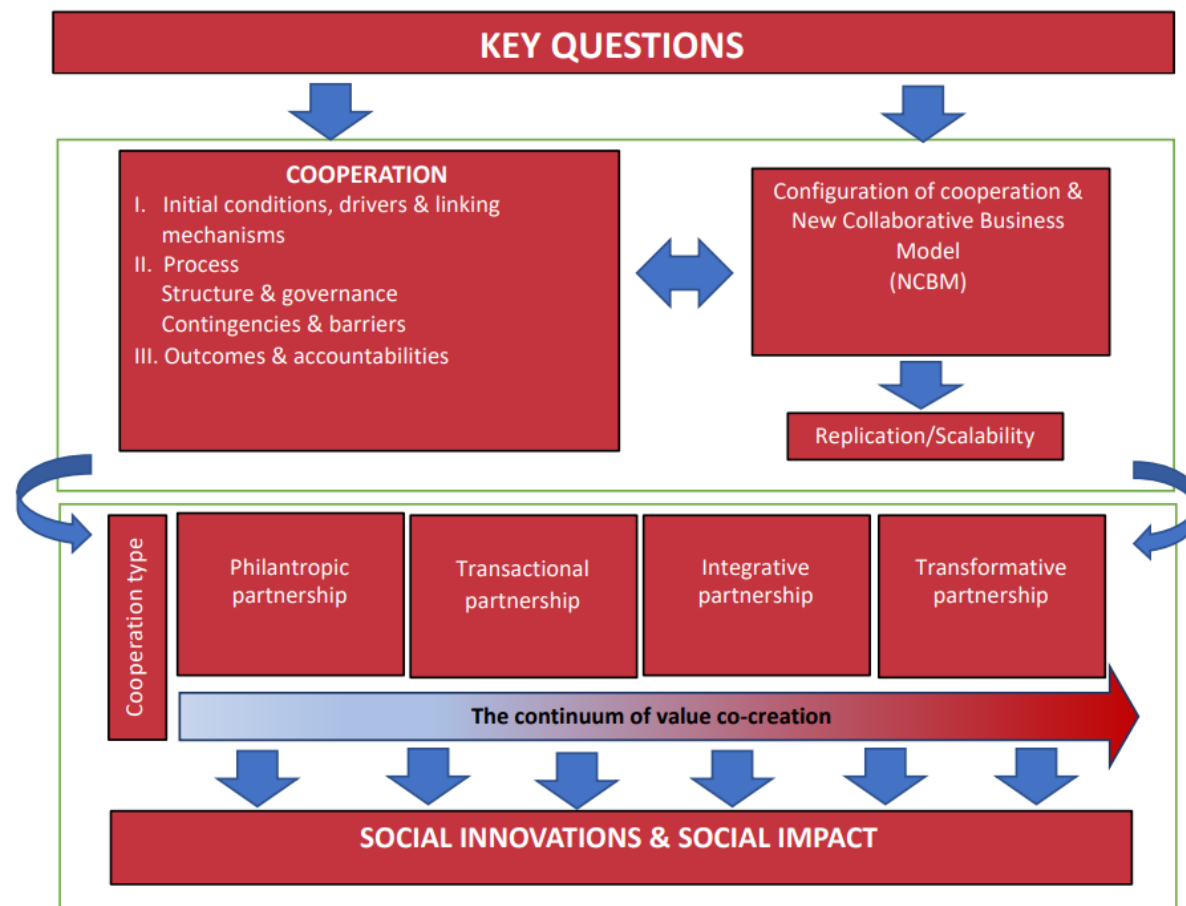
Співробітництво між соціальними та традиційними підприємствами задля створення спільної вартості



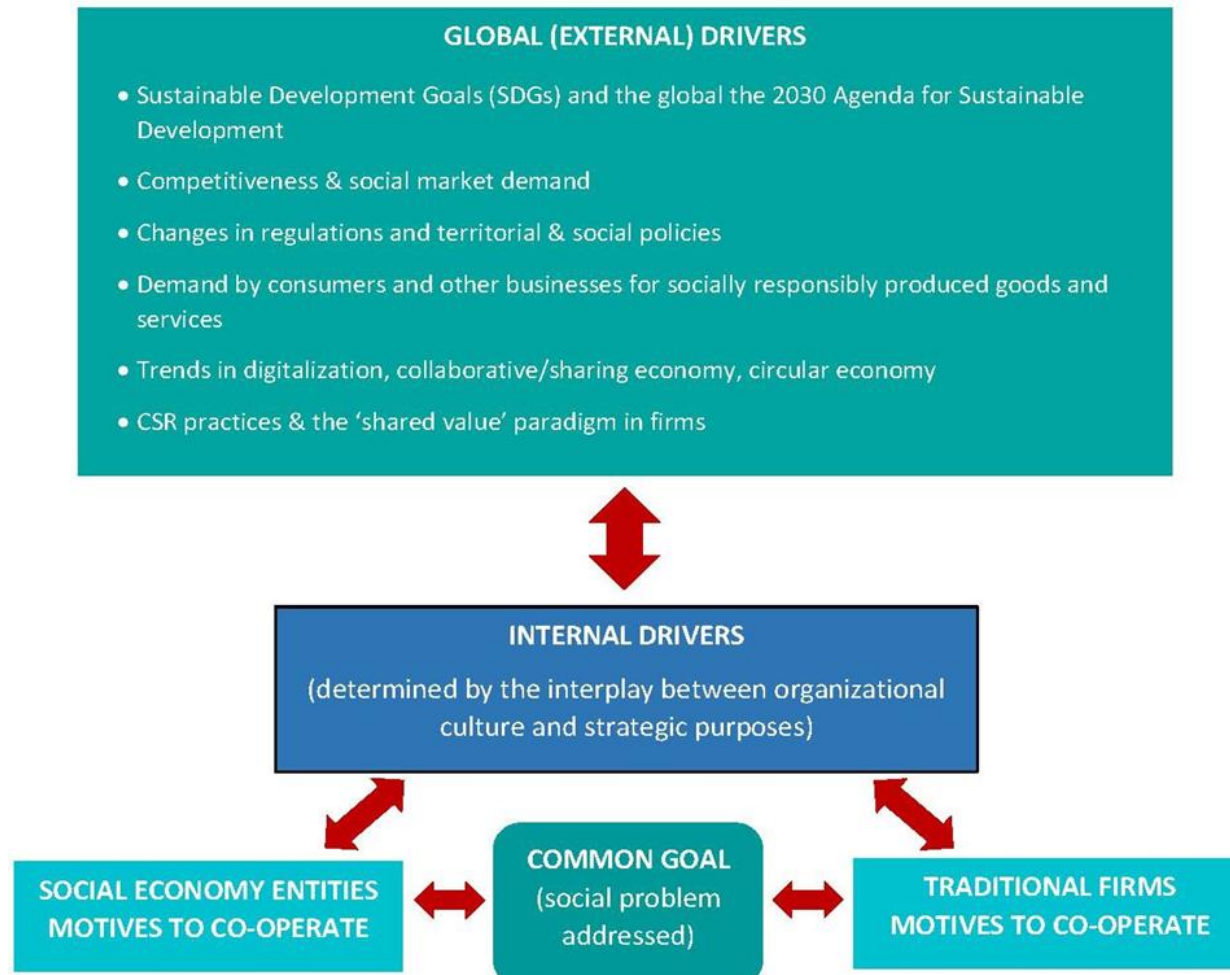
Чотири типи партнерських відносин між НКО та суб'єктами бізнесу



Співробітництво як основа створення соціальних інновацій та соціального впливу



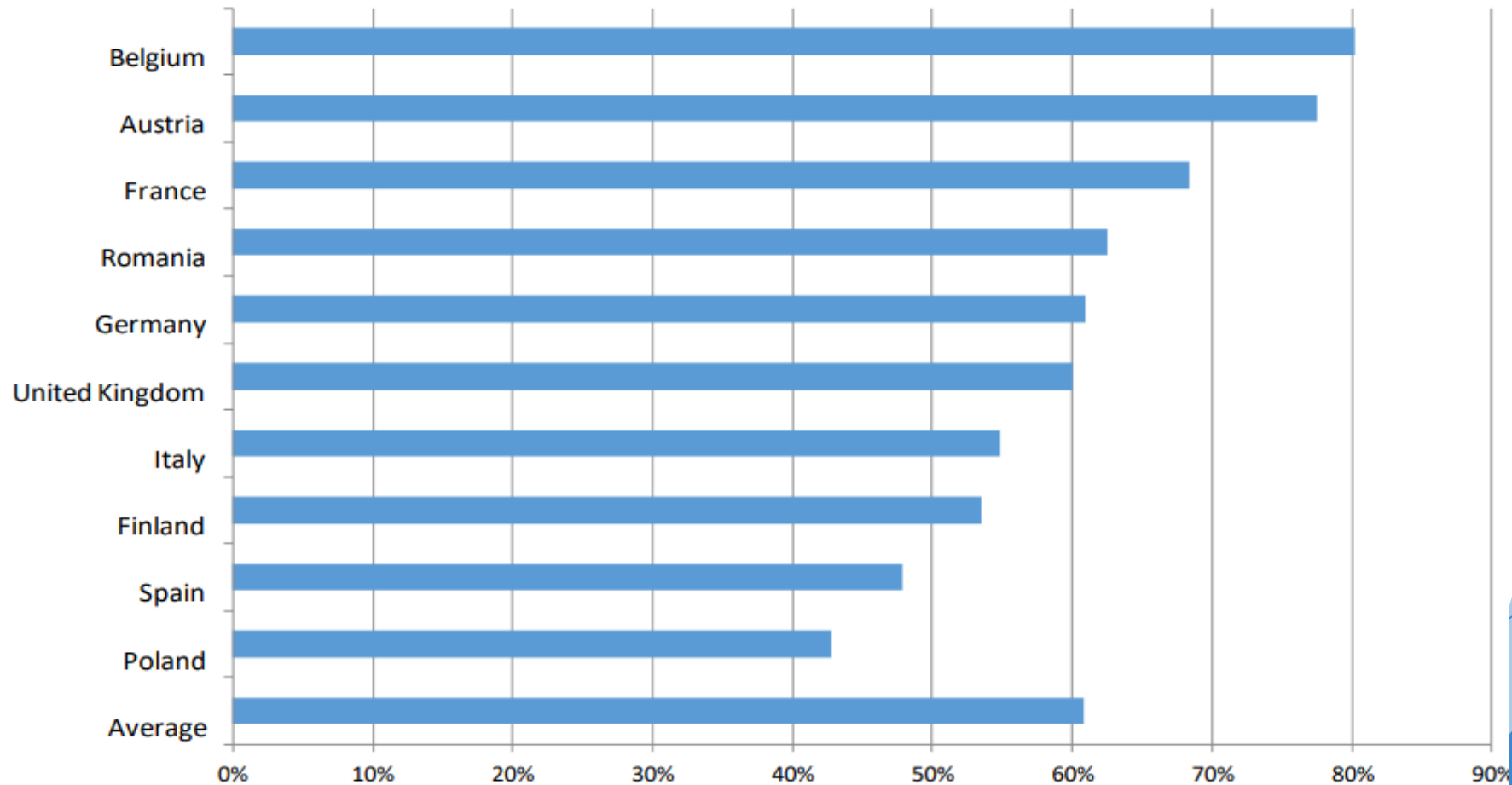
Фактори впливу на розвиток партнерства між соціальними та традиційними підприємствами



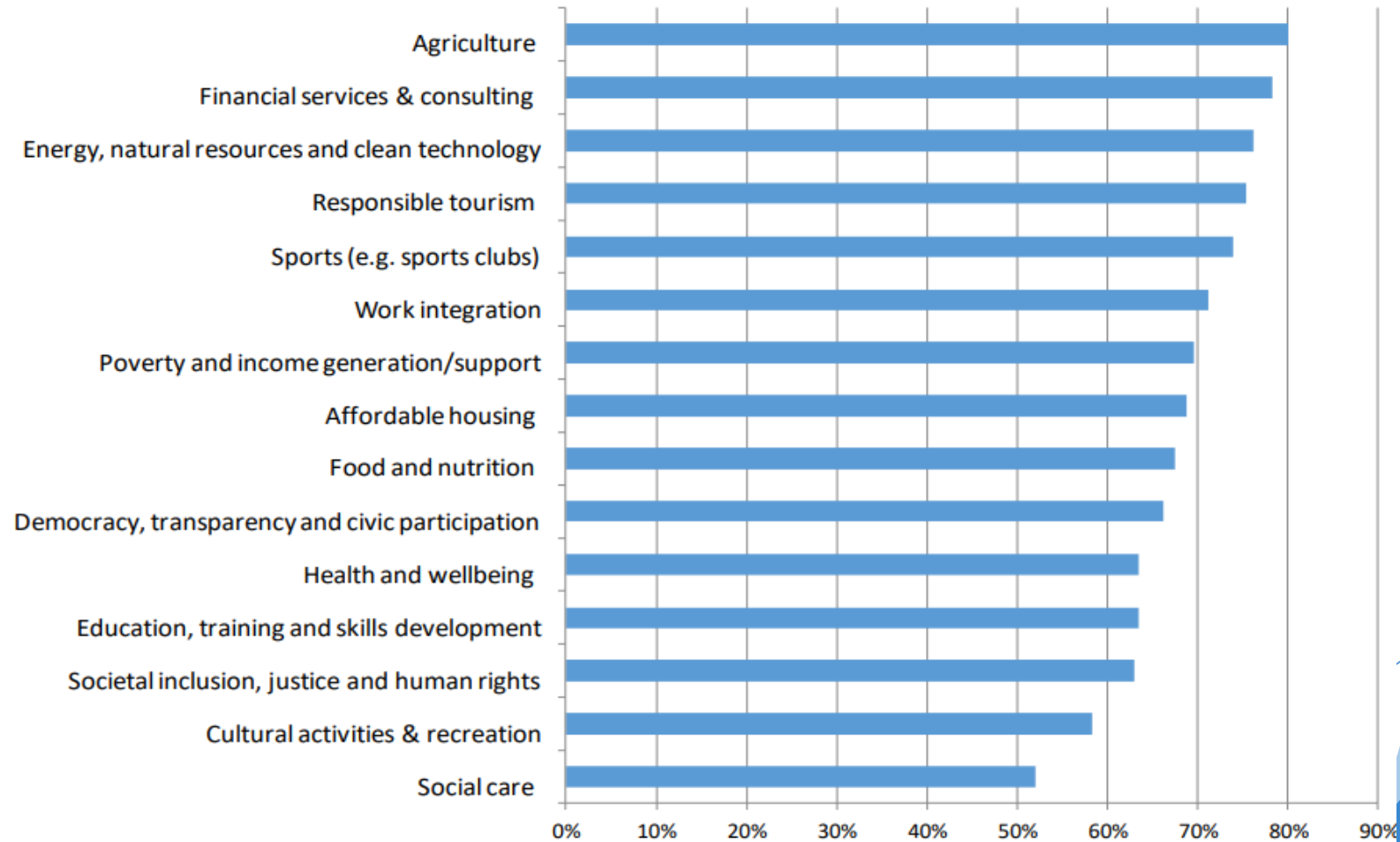
Стимулятори та перешкоди для співпраці між СП та традиційними підприємствами в ЄС

Стимулюючі фактори	Стримуючі фактори
Наявність ресурсів (час, робочі сили, фінансування)	Розбіжності щодо цілей співпраці чи ціннісної пропозиції
Достатні навички та знання для співпраці	Проблеми в спілкуванні/упередження
Узгодження цілей і цінностей	Невідповідність та/або дисбаланс можливостей для співпраці
Довіра	Відсутність доступу до локальних мереж власників бізнесу та інших соціальних підприємств
Гарне спілкування	Недостатній венчурний капітал
Сприятлива державна політика або схеми стимулювання для підтримки співпраці (зовнішні стимули)	Відсутність прозорості державного фінансування
Державні закупівлі	Відсутність бажання співпрацювати в соціальній економіці/секторі соціального забезпечення
Державно-приватне партнерство	Дисбаланс у кваліфікації та адекватності кваліфікації персоналу соціальної сфери
Підтримка приватних інвестицій (наприклад, фінансування сім'ї)	Слабкі сторони, пов'язані з нестачею управлінських навичок у деяких СП
Підтримка від посередника (інкубатор/акселератор)	Відсутність довіри серед партнерів
Надійний досвід в управлінні проектами	Відсутність культурної відповідності між партнерами
Моніторинг та оцінка результатів	Контрпродуктивність організаційної культури СП
Доступ до інтелектуальної власності/патенту (ліцензування)	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

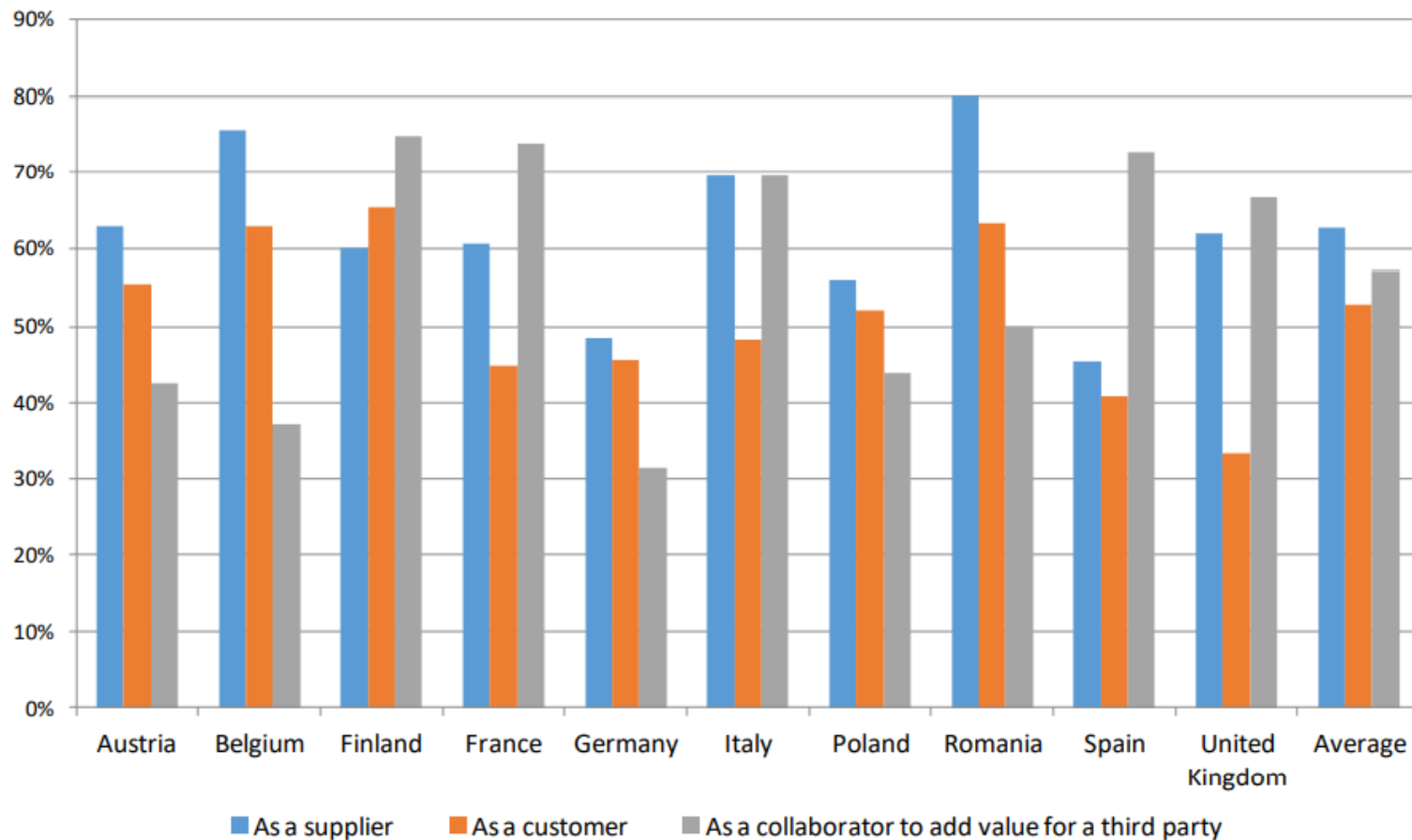
Соціальні підприємства ЄС, які декларують співпрацю з традиційними фірмами, %



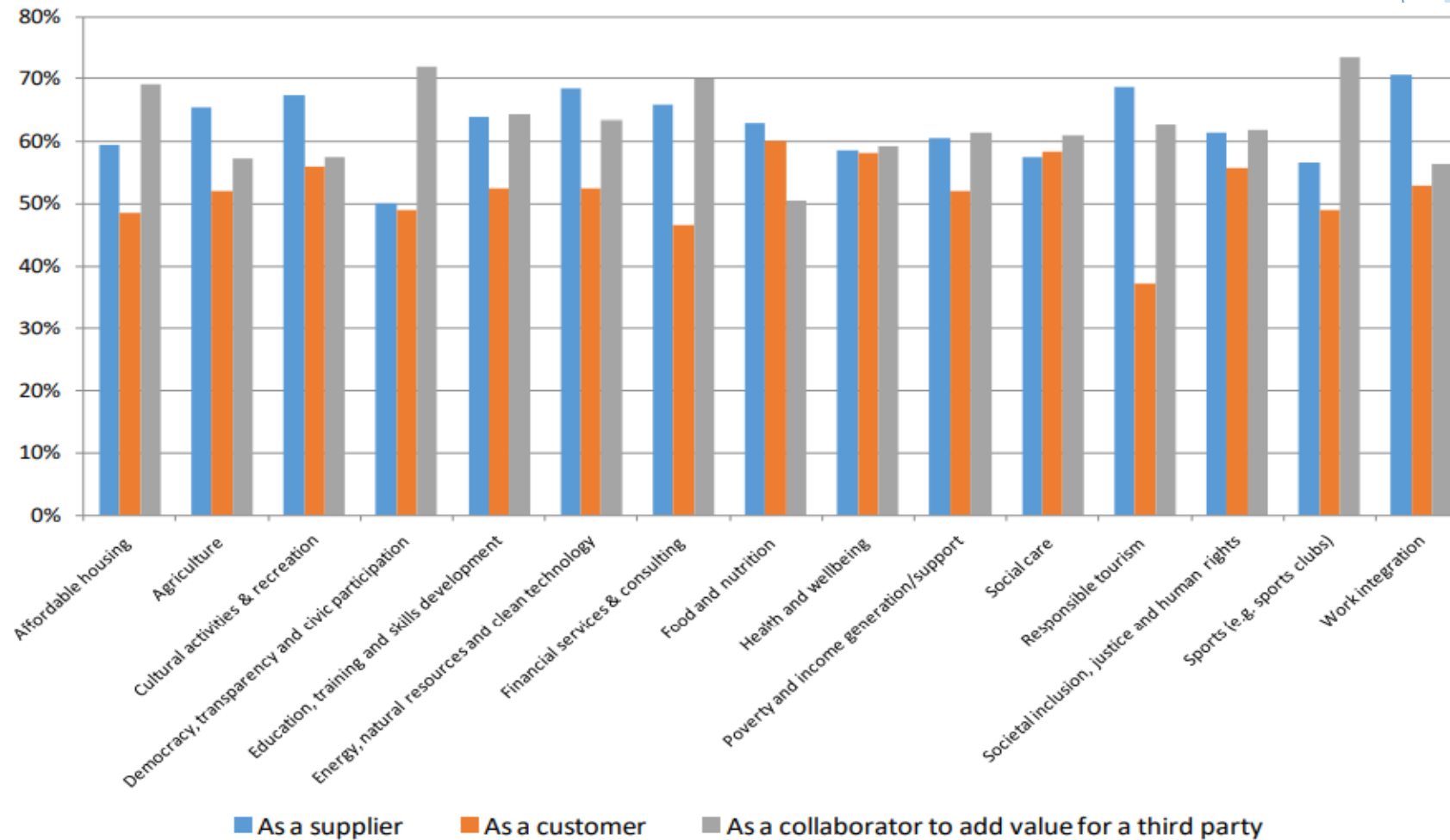
Соціальні підприємства ЄС, які декларують співпрацю з традиційними фірмами за секторами економіки, %



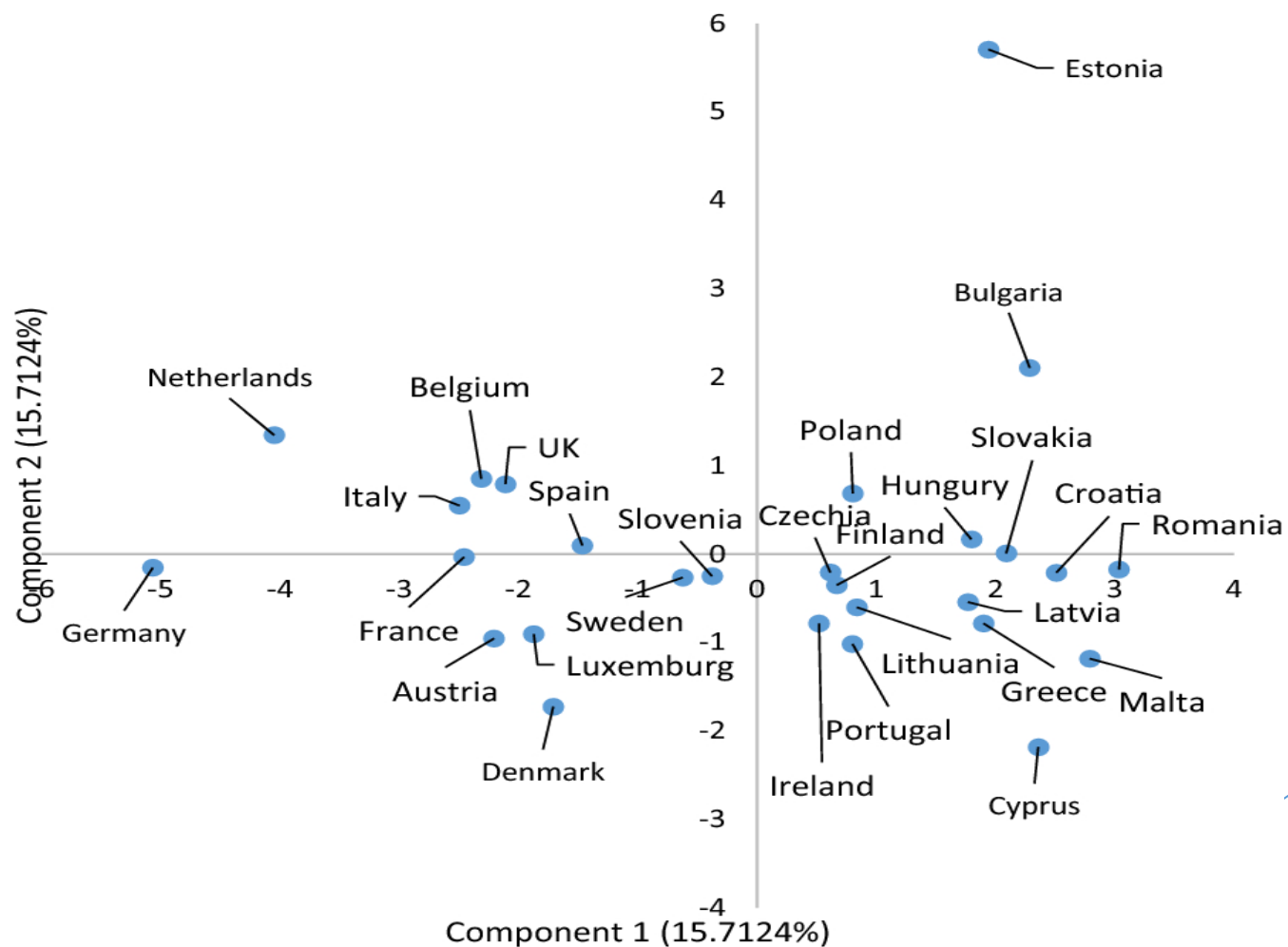
Роль соціальних підприємств у співпраці з традиційними підприємствами за країнами, % в ЄС



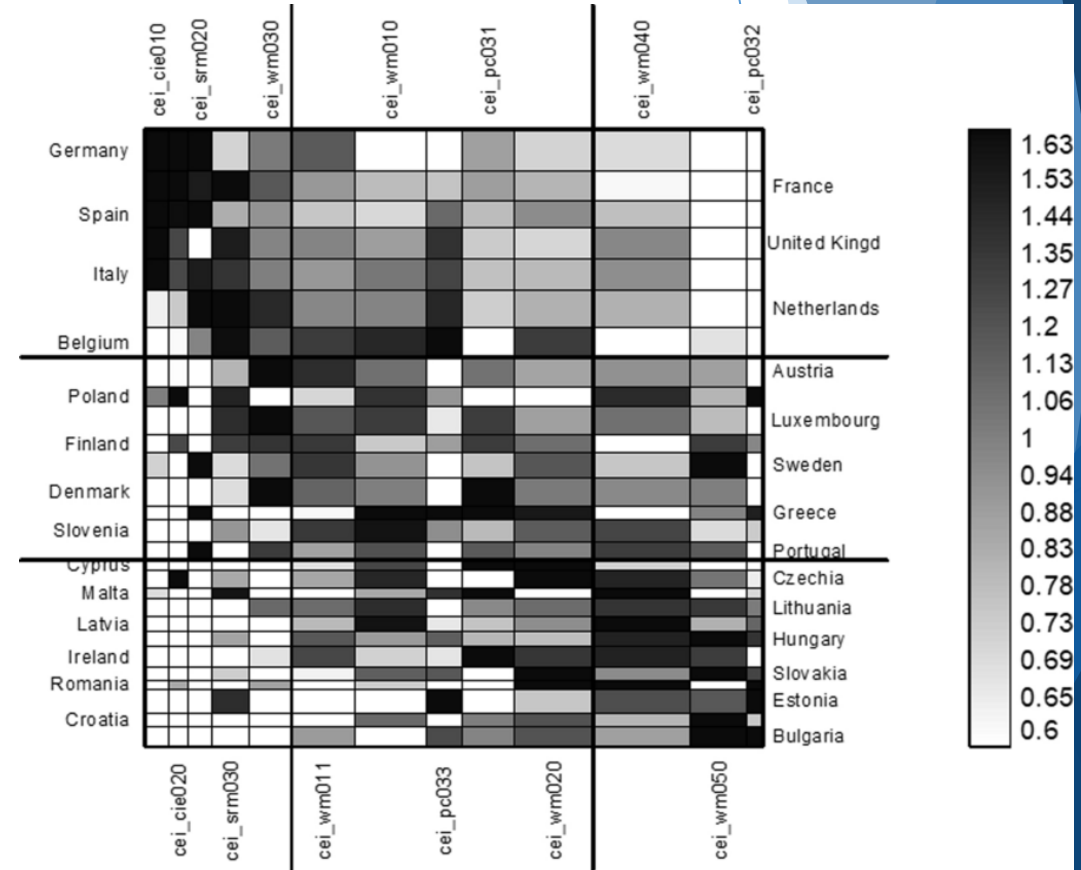
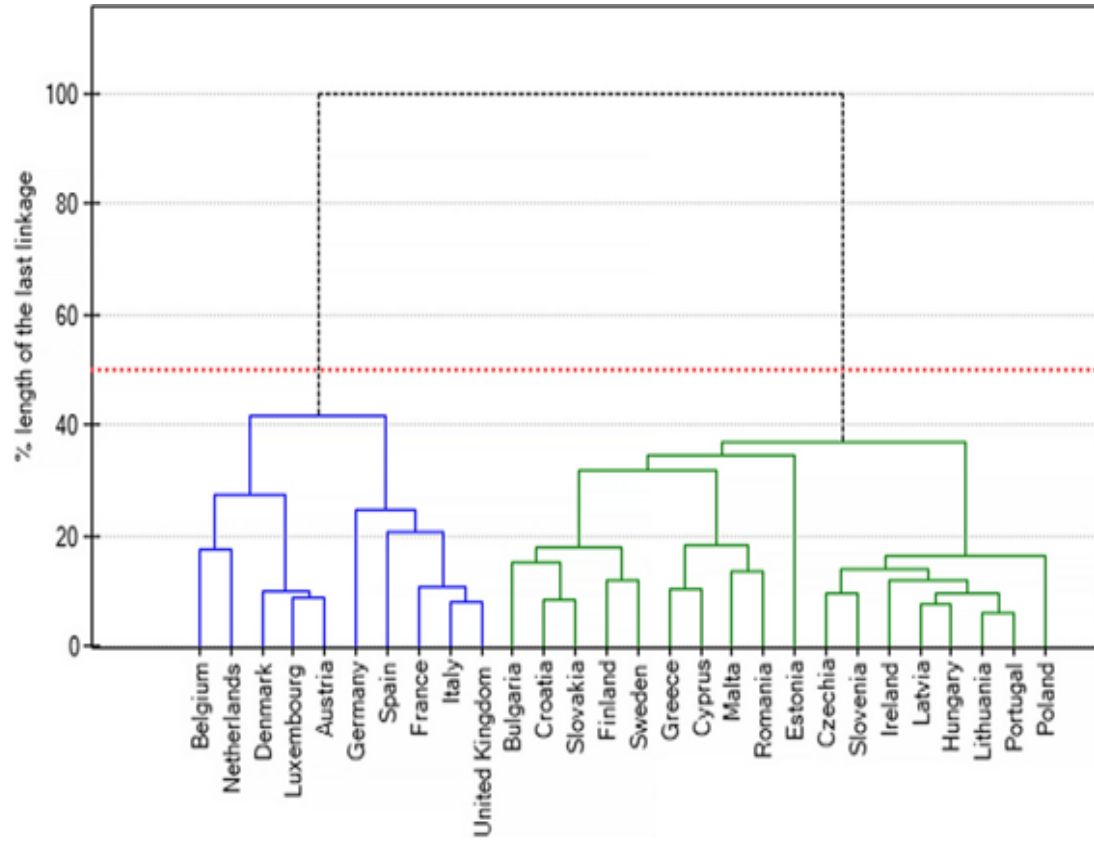
Роль соціальних підприємств у співпраці з традиційними підприємствами за секторами в ЄС, %



Кругова економіка: розвиток країн Європейського Союзу



Кластерний аналіз кругової економіки в ЄС



Рекомендації для подальшої підтримки співробітництва для країн ЄС щодо

- ▶ моделей співпраці, чинників та перешкод, загального та гібридного ланцюгів створення цінностей, соціально внутрішнього та зовнішнього підприємництва, кластерів та мереж, корпоративної соціальної відповідальності, закупівель, доступу до фінансування, співробітництву та кооперації в циркулярній економіці, в економіці спільного використання та цифровій



Дякую за увагу!
nataljavengerskaja@ukr.net