

ЦИФРОВЕ СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ПРАВОВИЙ АСПЕКТ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ**DIGITAL SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: LEGAL ASPECT OF DIGITALIZATION**

Жаровська І. М., д.ю.н., професор
професор кафедри теорії права і конституціоналізму
Національний університет «Львівська політехніка»

Статтю присвячено проблемі новітнього розуміння інституту соціального партнерства. Особливу увагу зосереджено на цифровому соціальному підприємництві.

Доведено, що інститут соціального партнерства передбачає руйнування дисбалансу, який спричиняє відчуження або дискримінація групи осіб, має потенціал і можливість відновити консенсус у соціальній системі.

Констатовано, що глобальні кризові виклики зумовили переформатування соціального підприємництва в бік активного застосування можливостей інформаційного суспільства.

Акцентовано, що концепція діджиталізації є впливовим новітнім аттрактором, який швидко та всебічно трансформує економічні простори в усьому світі. Діджиталізація спрямована на зменшення просторової економічної нерівності та сприяння загальному процесу вирівнювання потенціальних можливостей членів суспільства незалежно від територіальних, соматичних чи соціальних чинників.

Аргументовано, що цифрове соціальне підприємництво виступає новою формою підприємництва, що наділене вирішувати виклики цифрової ери, інтегрує цифрові технології з соціальним підприємництвом і сприяє діджиталізації можливостей соціального підприємництва, ресурсів, управління, щоб більш ефективно реалізувати мету поєднання діяльності з позитивними економічними та соціальними цінностями.

Соціальне підприємництво наділене суттєвим потенціалом виконання глобальних цілей сталого розвитку суспільства, особливо щодо боротьби із бідністю та подолання проблем національних економік. Тому уряди багатьох розвинених держав акцентують увагу на необхідності розвитку такого методу досягнення економіко-соціальних цілей. Для цього впроваджуються знання про соціальне підприємництво в освітню сферу. Навчання соціальному підприємництву стає обов'язковим для навчальних закладів. Автором передбачається, що з метою практичного удосконалення системи підприємницьких відносин необхідним аспектом розвитку цифрового соціального підприємництва є залучення освітньої сфери до агентів такої діяльності, тому доведено потребу оновлення освітніх програм навчання фахівців у сфері економіки та суміжних галузей знань.

Ключові слова: соціальне партнерство, цифрове соціальне партнерство, соціальний консенсус, діджиталізація, глобалізація.

The article is devoted to the problem of the latest understanding of the institution of social partnership. Special attention is focused on digital social entrepreneurship.

It has been proven that the institution of social partnership provides for the destruction of the imbalance that causes the alienation or discrimination of a group of persons, has the potential and the opportunity to restore consensus in the social system.

It was established that the global crisis challenges led to the reformatting of social entrepreneurship in the direction of active application of the possibilities of the information society.

It is emphasized that the concept of digitalization is an influential new attractor that quickly and comprehensively transforms economic spaces around the world. Digitalization is aimed at reducing spatial economic inequality and promoting the general process of equalizing the potential opportunities of members of society, regardless of territorial, somatic or social factors.

It is argued that digital social entrepreneurship is a new form of entrepreneurship that is dedicated to solving the challenges of the digital era, integrates digital technologies with social entrepreneurship and promotes the digitalization of social entrepreneurship opportunities, resources, and management in order to more effectively realize the goal of combining activities with positive economic and social values.

Social entrepreneurship is endowed with a significant potential to fulfill the global goals of sustainable development of society, especially regarding the fight against poverty and overcoming the problems of national economies. Therefore, the governments of many developed countries focus on the need to develop such a method of achieving economic and social goals. For this, knowledge about social entrepreneurship is introduced into the educational sphere. Education in social entrepreneurship is becoming mandatory for educational institutions. The author assumes that for the purpose of praxeological improvement of the system of business relations, a necessary aspect of the development of digital social entrepreneurship is the involvement of the educational sphere in the agents of such activity, therefore, the need to update educational programs for training specialists in the field of economics and related fields of knowledge is proven.

Key words: social partnership, digital social partnership, social consensus, digitalization, globalization.

Постановка проблеми. Глобальна соціальна, політична, економічна та міжкультурна взаємодія демонструє взаємозалежність публічно-правової та фінансово-економічної системи всього світу. Загрози пандемічного характеру та повномасштабна війна на території нашої держави продемонстрували суттєву інтегративність сучасної глобальної економіки. Багато синергетичних факторів можуть мати на неї негативний вплив і відповідно спричинити проблеми фінансового характеру для окремих держав, регіонів та місцевостей. Незважаючи на те, що криза виявила критичність і нестійкість у багатьох країнах, криза також показала, наскільки взаємозалежними та взаємопов'язаними є глобальні економіки.

Суттєвий дисбаланс полягає в тому що саме найбідніші держави першими відчувають кризові прояви глобалізації, а на державному рівні соціально незахищені верстви суспільства першими опиняються в негативному становищі. Тому перспективним засобом подолання трансформацій та криз глобального рівня є доктрина

соціального партнерства. Вона включає в собі тріадну взаємодію таких акторів як держава (органи публічної влади), громадянське суспільство і соціально-відповідальний бізнес. У результаті з'явилася нова парадигма, в якій уряд, промисловість, університети та громадські учасники працюють разом, щоб спільно створювати майбутнє та здійснювати структурні зміни, що виходять далеко за рамки того, що будь-яка інституція може зробити самостійно.

Одним з ефективних засобів соціального партнерства виступає соціальне підприємництво, котре наділене потенціалом вирішення соціальних проблем за допомогою ринкових методів, що значно сприяло зменшенню бідності, захисту навколишнього середовища та сталому соціальному розвитку. Практично ідеальним засобом таке підприємництво є за рахунок внутрішнього потенціалу вирішувати глобальні цілі людства як-то подолання безробіття, зuboжіння, захист прав людини, екологічність навколишнього природного середовища тощо.

Стан дослідження. Питаннями соціально-правових благ членів суспільства займалися багато фахівців у галузі права. Цінними є праці представників загальнотеоретичної юриспруденції, зокрема Ю.Бисаги, Т. Міхаліної, В.Ковальчука, О.Скрипниова, Н. Оніщенко, Н.Ортинської та інших. Проте оновлення наукових знань в різних сферах зумовлює потребу комплексних досліджень у сфері права та економіки та розвитку інформаційного суспільства. У світлі висвітленої актуальності вважаємо за необхідне звернути ширшу увагу на такий засіб досягнення соціальної справедливості як цифрове соціальне підприємництво.

Метою статті є аналіз цифрового соціального підприємництва в контексті новітніх тенденцій діджиталізації.

Виклад основних положень. Виходячи зі своїх варіативності точок зору та експертних оцінок, різні дослідники запропонували різні визначення соціального підприємництва. Наприклад, його описують як поєднання соціальної місії, інновацій та бізнесу [1], здатність вирішувати соціальні проблеми [2], а також як відповідь на соціальну потребу у формі готового рішення [3, с.28]. Основною передумовою соціального підприємництва, визначають фахівці, як намір створити соціальну цінність з використанням ринкових методів і тактик, щоб зробити це створення цінності реальністю [4, с.632].

Соціальне підприємництво передбачає руйнування дисбалансу, який спричиняє відчуження або дискримінація групи осіб, має потенціал і можливість відновити баланс у соціальній системі шляхом полегшення становища тих, хто постраждав від несправедливої рівноваги. Кінцева мета полягає в тому, щоб покращити загальну ситуацію не лише для маргіналізованих або постраждалих груп, але й для всіх у соціальній системі. Загалом, соціально-підприємницькі підприємства створюють соціальну цінність або виконують місію, останнє відображає традиційні цілі фінансової вигоди чи якоїсь особистої вигоди, що є первинною ціллю підприємницької діяльності. Але хоча головна місія соціальних підприємців може бути соціальною, мета створення соціальної цінності не виключає економічної спрямованості, яка все ще може бути частиною соціального підприємництва і насправді є корисною з точки зору стратегічної стійкості.

Поряд з цим, інститут соціального підприємництва не слід ідеалізувати чи абсолютизувати. Існують певні проблеми соціального підприємництва, такі як труднощі в трансформації соціальних можливостей, висока вартість придбання ресурсів, труднощі в узгодженні інтересів партнерів і труднощі в вимірюванні соціальної цінності, які необхідно вирішити за допомогою інновацій. Цифрові технології сформували розвиток галузей, що розвиваються, і зміни в соціальних системах, а також забезпечили ефективні рішення для збагачення рішень соціальних проблем, зниження порогу для інтеграції соціальних ресурсів, створення мережі довіри та вимірювання соціального впливу. Також однією з постійних проблем соціального підприємництва включають проблеми з лідерством, з якими стикаються соціально-підприємницькі підприємства, оскільки управлінський склад повинен збалансувати свої соціальні та бізнес-аспекти за допомогою великої майстерності та досвіду. Крім того, у більшості соціально-підприємницьких установ поряд із прибутковим компонентом існує сильний соціальний компонент, що призводить до конкуруючої інституційної логіки. Отож подолання проблем соціального підприємництва можливо шляхом використання його особливого виду – цифрове соціальне партнерство.

Зростання соціального підприємництва було пов'язане з розвитком цифрових технологій, оскільки вони дозволяють підвищити обізнаність і можливості для соціальних підприємств.

Нині концепція діджиталізації є впливовим мега-трендом, який швидко та всебічно трансформує економічні простори в усьому світі. Діджиталізація займає

важливе місце в політичному порядку денному багатьох країн. Кілька пов'язаних програм та ініціатив поєднують розширення та вдосконалення цифрової інфраструктури із зусиллями, спрямованими на зменшення просторової економічної нерівності та сприяння загальному процесу вирівнювання потенціальних можливостей членів суспільства незалежно від територіальних, соматичних чи соціальних чинників.

Як доводять іноземні фахівці, за останнє десятиліття діджиталізація вступила в новий етап. Перший етап уможливив виробництво, споживання та комунікацію за допомогою цифрових засобів. Друга фаза діджиталізації додатково уможливила широке оцифрування фізичних об'єктів за допомогою вбудованого програмного забезпечення. З'єднання безлічі фізичних об'єктів, таких як виробничі машини, автомобілі чи радіатори, один з одним і з мережами даних і прикладними системами розширило сфери застосування Інтернету [5].

Цифрове соціальне підприємництво, нова форма підприємництва для вирішення кількох викликів цифрової ери, відноситься до процесу, орієнтованого на вирішення соціальних проблем і задоволення соціального попиту, який інтегрує цифрові технології з соціальним підприємництвом і сприяє оцифровці можливостей соціального підприємництва, ресурсів, управління та вимірювання вартості, щоб більш ефективно реалізувати діяльність соціального підприємництва зі змішаними економічними та соціальними цінностями. Природа процесу функціонування цифрового соціального підприємництва — це процес створення соціальних цінностей соціальними підприємцями, участь громадян у цифровому суспільстві від низу до верху та їхнє активне поширення цінностей, а також сприяння спільному використанню цінностей та вдосконаленню управління шляхом платформи цифрового соціального підприємництва [2].

Соціально-підприємницькі підприємства можуть використовувати зростаючий інтерес до економіки спільного використання та соціальної підтримки, наприклад це стосується пошуку фінансування, збору креативних ідей, співпраці та навіть для використання низки невикористаних ресурсів і навички, якими вони володіють. Завдяки нещодавнім новітнім можливостям діджиталізації, розробкам цифрових платформ і успіху багатьох платформозалежних підприємств соціальні підприємці також можуть скористатися перевагами цифрових платформ все більш новими способами, щоб допомогти зібрати як фінансові, так і нефінансові ресурси.

Ось як практично цей процес описує валері Чандра: «уклавши контракт з Uber, власник автомобіля може поділитися своїм автомобілем і своїм часом, щоб доставити інших людей або навіть їжу з пункту А в пункт Б; через Airbnb людина може поділитися приміщенням або будинком з кимось, хто цього потребує; а на TaskRabbit люди пропонують свої навички, наприклад, збирання меблів або облаштування підвалів, і люди, які потребують допомоги, потім зв'язуються з цими досвідченими людьми» [6].

Кризові ситуації викликані пандемією зумовили потребу пошуку нових можливостей. Серед них цифрове соціальне партнерство стало активатором громадянського суспільства та бізнесу. Обмеження соціальної дистанції пришвидшили спільне створення кількох цифрових ініціатив кількома агентами, щоб задовольнити численні медичні та соціальні проблеми COVID-19. Більшість цих підприємницьких і цифрових ініціатив були розроблені альтруїстично серед кількох спеціалізованих агентів. Спостерігалась поява нового явища, «цифрових соціально-підприємницьких ініціатив» на перетині між потребами зацікавлених сторін і цифровими соціальними ініціативами, які виникли у співпраці між численними соціальними, академічними, економічними, промисловими, політичними та громадянським суспільством.

Так, С. Баттісті пропонує до наукового обговорення механізм функціонування соціально значущих групи в підприємницьких інноваціях і цифровому процесі, вказуючи, що пандемія COVID-19 поставила важливі питання, на які слід знайти відповідь на перетині цифрових технологій, суспільних потреб і підприємницької поведінки, що породжує новий феномен: цифрове соціальне підприємництво [7]. В подальшому науковці доводять, що цей феномен з'являється у результаті співпраці між багатьма агентами, враховуючи обмежені можливості уряду реагувати на задоволення потреб зацікавлених сторін, пов'язаних із екзогенною подією (наприклад, пандемія COVID-19) [8].

Соціальне підприємництво наділено суттєвим потенціалом виконання глобальних цілей сталого розвитку суспільства, особливо щодо боротьби із бідністю та подолання проблем національних економік. Тому уряди багатьох розвинених держав акцентують увагу на необхідності розвитку такого методу досягнення економіко-соціальних цілей. Для цього впроваджуються знання про соціальне підприємництво в освітню сферу. Навчання соціальному підприємництву стає обов'язковим для навчальних закладів.

Безумовно, що така новітня освітня складова має певні дискусійні аспекти, оскільки «немає згоди щодо того, як розглядати такі параметри, як міжнародний масштаб, міждисциплінарна участь і освітній формат» [9]. Суттєвою тут є грантова підтримка. Social Entrepreneurship for Local Change – це фінансований Європейським Союзом консорціум Erasmus+, який розробив комплексний освітній курс із цифрового соціального підприємництва. Мета програми полягала в тому, щоб служити основним освітнім цілям студентів і викладачів, а також стратегічним цілям університетів і Європейської Комісії. Бенчмаркінг являє собою спосіб вивчення діяльності господарюючих суб'єктів, перш за все конкурентів, з метою використання їх позитивного досвіду в своїй роботі. Саме він є актуальним для розвитку порівняльного навчання, це інструмент

стратегічного управління, який порівнює практику однієї організації з передовою практикою провідних організацій у тій же сфері.

Звернемося до національного досвіду. Для юридичної сфери наукових досліджень та освітніх програм питання соціального підприємництва є новітнім і часто невідомим. Проте дивує те, що не дивлячись на прагнення України ввійти в європейську правову сім'ю та інтегрувати економіку до рівня її стандартів, все є малорозвиненими є знання про цифрове підприємництво й у сфері економічної галузі знань. Контент аналіз освітніх програм за спеціальністю 051 «Економіка» п'яти провідних вищих навчальних закладів України дає нам можливість констатувати відсутність навіть опосередкованої згадки про соціальне підприємництво. Таку прогалину в освітній сфері нашої держави слід негайно заповнити.

Висновок. Інститут соціального партнерства передбачає руйнування дисбалансу, який спричиняє відчуження або дискримінація групи осіб, має потенціал і можливість відновити консенсусу у соціальній системі.

Глобальні кризові виклики (пандемічні загрози і військові дії) зумовили переформатування соціального підприємництва в бік активного засосування можливостей інформаційного суспільства.

Цифрове соціальне підприємництво виступає новою формою підприємництва, що наділене вирішувати виклики цифрової ери, інтегрує цифрові технології з соціальним підприємництвом і сприяє діджиталізації можливостей соціального підприємництва, ресурсів, управління, щоб більш ефективно реалізувати мету поєднання діяльності з позитивними економічними та соціальними цінностями.

Необхідним аспектом розвитку цифрового соціального підприємництва є залучення освітньої сфери до агентів такої діяльності, тому доведено потребу оновлення освітніх програм навчання фахівців у сфері економіки та суміжних галузей знань.

ЛІТЕРАТУРА

1. Dees J.G. The meaning of "social entrepreneurship." CASE. 2001. URL: https://centers.fuqua.duke.edu/case/knowledge_items/the-meaning-of-social-entrepreneurship/
2. Zhiyang L., Chenfang Zh., Bin L. Digital Social Entrepreneurship: Theoretical Framework and Research Outlook[J]. *Foreign Economics & Management*. 2020, Vol. 42(4) P. 3-18.
3. Martin R.L., Osberg S. Social entrepreneurship: The case for definition *Stanford Social Innovation Review*, 2007. Vol. 5 (2) P. 28-39.
4. Miller T.L., Grimes M.G., McMullen J.S., Vogus T.J. Venturing for others with heart and head: How compassion encourages social entrepreneurship *Academy of Management Review*. 2012. Vol. 37 (4) P. 616-640.
5. Haefner L., Sternberg R. Spatial implications of digitization: State of the field and research agenda *Geography Compass*. 2020. Vol. 14, Is. 12 DOI: 10.1111/gec3.12544
6. Chandna V. Social entrepreneurship and digital platforms: Crowdfunding in the sharing-economy era. *Business Horizons*. 2022 Vol. 65, Is. 1 P. 21-31
7. Battisti S. Digital Social Entrepreneurs as Bridges in Public-Private Partnerships. *Journal of Social Entrepreneurship*, 2019. Vol. 10(2), P. 135–158. DOI: 10.1080/19420676.2018.1541006.
8. Ibáñez M.J., Guerrero M., Yáñez-Valdés C. et al. Digital social entrepreneurship: the N-Helix response to stakeholders' COVID-19 needs. *J Technol Transf* 2022. Vol. 47, P. 556–579.
9. Blunck E., Fetzter E., Tilley J. M. Benchmarking digital education programs on social entrepreneurship: what a digital program on social entrepreneurship can learn from other digital social entrepreneurship programs *Journal of Global Scholars of Marketing Science*. 2021. Vol. 31, Is. 1. P. 49-64 DOI: 10.1080/21639159.2020.1808814.