

УДК 005.35:004.67

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-88-5>

Ворончак І. О.
Вовк Ю. Я.

Дрогобицький державний педагогічний університет
імені Івана Франка

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

У статті досліджуються теоретичні та практичні аспекти забезпечення соціальної відповідальності бізнесу в умовах цифрової економіки. Обґрунтовано сутність цифрової відповідальності бізнесу як відповідального та етичного використання цифрових технологій, врахування й прогнозування соціальних, економічних та екологічних наслідків рішень, що приймаються в цифровій економіці. Аналіз соціальних звітів і вебресурсів вітчизняних компаній засвідчив нереалізованість потенціалу цифрової відповідальності, яка обмежується трансфером цифрових навичок та окремими формами комунікацій зі стейкхолдерами. На основі вивчення зарубіжного досвіду функціонування платформ державно-приватного партнерства у сфері цифрової відповідальності і сталого розвитку обґрунтовано напрями регулятивного та стимулюючого впливу на формування цифрової відповідальності економічних суб'єктів.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, цифрова відповідальність бізнесу, цифрова трансформація економіки, цифровізація, стейкхолдери, сталий розвиток.

Постановка проблеми. Вплив цифровізації на господарську діяльність, соціум та життя кожної особи є всеохоплюючим та багатоаспектним. Перехід від індустріальної економіки до економіки знань, інновацій, цифрових технологій, цифрового бізнесу – потужний драйвер соціально-економічного розвитку на глобальному, національному, регіональному й корпоративному рівнях. Макроекономічним ефектом інвестування в цифрові технології та цифрову інфраструктуру, згідно з оцінками ініціативи «Цифрова адженда України», Українського інституту майбутнього, даними Національної стратегії Індустрії 4.0 [1], може бути щорічне зростання виробництва промислової продукції на 7–10% (для високотехнологічних сегментів – до 20%), а також додатковий приріст середньої зарплати від 11% (у 2021 р.) до 95% (у 2030 р.). На мікрорівні цим є підвищення продуктивності та рівня оплати праці, поява

нових професій та робочих місць, нових способів задоволення потреб людини.

Проте сучасні цифрові технології, до яких, як правило, відносять Інтернет речей, роботизацію, кібернетичні системи та системи штучного інтелекту, технології Big Data, 3D-друку, блокчейну та криптовалют, електронну демократію та e-government, соціальні мережі і месенджери, «хмарні» обчислення, технології високошвидкісної передачі даних, біометричної ідентифікації, квантові технології, не лише створюють можливості, але й формують принципово нові виклики та загрози, вимагаючи нових підходів до господарської діяльності й соціальної взаємодії, зокрема у сферах, що характеризуються недосконалістю/обмеженістю державного регулювання та відсутністю досвіду вирішення морально-етичних проблем. Неможливо ігнорувати загрози безвідповідального використання цифрових технологій, про-

блеми захисту даних, приватності, цифрової інклюзії, дезінформації через цифрові медіа тощо.

У таких умовах зростає актуальність добровільного самообмеження, саморегулювання й самоконтролю етичності рішень, що ухвалюються господарюючими суб'єктами, тобто адаптації в умовах цифрової економіки положень теорії соціальної відповідальності бізнесу. Водночас діджиталізація створює умови для підвищення ефективності практики «традиційної» соціальної відповідальності бізнесу, а також можливості для переосмислення соціальної відповідальності корпорації загалом, пошуку принципово нових способів вияву турботи про соціум, екологію, потреби зацікавлених сторін. Їх дослідження та реалізація є актуальними, можливими і бажаними, оскільки цифрова трансформація суспільства перебуває ще на початковому етапі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сама теорія соціальної відповідальності бізнесу не є новою, характеризується значною кількістю концепцій та відпрацьованою практикою їх практичної реалізації. Теоретичні засади відповідального підходу до ведення бізнесу вперше сформульовано у 1953 р. Г. Боуеном. Актуальні трактування корпоративної соціальної відповідальності висвітлюються, зокрема, у працях Ю. Благова, К. Девіса, Дж. Елкінгтона, П. Друкера, А. Керолла, Р. Фрімена. Проблеми забезпечення соціальної відповідальності підприємств України є предметом аналізу Н. Водницької, О. Грішнєвої, Л. Грициної, А. Колода, М. Мурашка, Ю. Саєнка та інших науковців. Однак обмеженими є дослідження цифрових аспектів реалізації концепції соціальної відповідальності, їх впливу на стейкхолдерів та самих господарюючих суб'єктів. Слід відзначити, зокрема, роботи К. Айсфеллера [2], А. Кнауца [3], М. Вейда [4], а серед вітчизняних дослідників – О. Ганцовського [5], М. Саприкіну [6; 7], В. Фішука, В. Матюшка [1].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Невизначеними залишаються сутність «цифрової» соціальної відповідальності бізнесу як економічної категорії та її місце в системі ділової етики та організаційної культури економічних суб'єктів, оптимальні способи використання діджитал-технологій у процесі реалізації соціальної та екологічної політики підприємства, проблеми та можливості цифровізації практики соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу, політика державної підтримки відповідального бізнесу в цифровій економіці.

Мета статті полягає в обґрунтуванні теоретичних засад реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу в умовах цифрової трансформації економічних систем, аналізі особливостей її практичного застосування у вітчизняних реаліях, окресленні напрямів та перспектив розвитку цифрової відповідальності суб'єктів господарювання, необхідності

та способів впливу держави на цей процес.

Виклад основного матеріалу. 103 із 169 цілей сталого розвитку ООН мають цифровий вимір [8, с. 8], тому забезпечення сталого розвитку та цифрова трансформація економіки є для людства двома ключовими викликами, що можуть і повинні вирішуватися взаємопов'язано як на макро-, так і на мікрорівнях.

Багатоаспектність впливу діджитал-технологій на стейкхолдерів підприємства і його розпорощеність між різними організаційними рівнями (підрозділами) ускладнює оцінку ступеня соціальної відповідальності керівника та можливості управління нею. Проблема інтеграції зусиль значної кількості суб'єктів та об'єктів соціальної відповідальності в умовах цифрової модернізації потребує як дефініції самого поняття цифрової відповідальності бізнесу, так і виокремлення практичних питань сталого розвитку за умов цифрової економіки в системі звітності та менеджменту компанії.

Зокрема, К. Айсфеллер трактує корпоративну цифрову відповідальність як «активне залучення бізнесу в процес формування цифрового світу на основі етичних принципів» [2]. Автор наголошує на необхідності розгляду корпоративної соціальної відповідальності та корпоративної цифрової відповідальності у місії сучасної компанії як рівноправних понять, перше з яких стосується загального впливу підприємства на соціальне та екологічне середовище, а друге – специфічних форм реагування на етичні виклики діджиталізації (рівність доступу до цифрових технологій, відповідальне використання штучного інтелекту, екологічні наслідки цифровізації тощо).

На думку А. Кнауца [3, с. 251], має йтися про трансформацію традиційної концепції «потрійної відповідальності» Дж. Елкінгтона (triple bottom line) [9] та виділення її четвертого – «цифрового» – виміру (рис. 1). Отже, сучасна компанія має продемонструвати стейкхолдерам власне розуміння діджиталізації та її впливу на всі корпоративні процеси, такі як виробництво та менеджмент, людські ресурси, комунікаційна політика, управління даними та інформаційною безпекою, навчання, маркетинг, логістика.

«Цифровий» вимір моделі може охоплювати такі аспекти соціальної відповідальності, як місія та цілі організації у сфері діджиталізації; цифрова стратегія бізнесу; принципи та стандарти поведінки персоналу; вимоги до безпеки даних та етики роботи з ними; форми й методи цифрових комунікацій зі стейкхолдерами; визначення осіб, відповідальних за управління й моніторинг цифрової відповідальності, формуючи комплексний «цифровий образ соціально відповідальної компанії».

Інший підхід полягає у виділенні «цифрових аспектів» традиційних сфер соціальної

відповідальності бізнесу. Так, М. Вейд трактує корпоративну цифрову відповідальність як «сукупність практик і моделей поведінки, які забезпечують відповідальне (у соціальному, економічному, технологічному та екологічному сенсі) використання організацією цифрових технологій та даних» [4]. Кожна із зазначених чотирьох складових частин передбачає реалізацію низки можливостей підвищення відповідальності та сталості бізнесу, що формуються цифровими технологіями (рис. 2):

- економічна складова частина передбачає подолання економічних наслідків використання цифрових технологій з точки зору зайнятості, оподаткування, монетизації даних і розподілу вигод;
- соціальна – запобігання практиці дискримінації та порушення прав людини, що виникають за умов цифрової економіки;
- екологічна – застосування діджитал-технологій задля мінімізації негативного впливу на довкілля;
- технологічна – забезпечення етичності самих цифрових технологій і процесу їх створення (рис. 2).

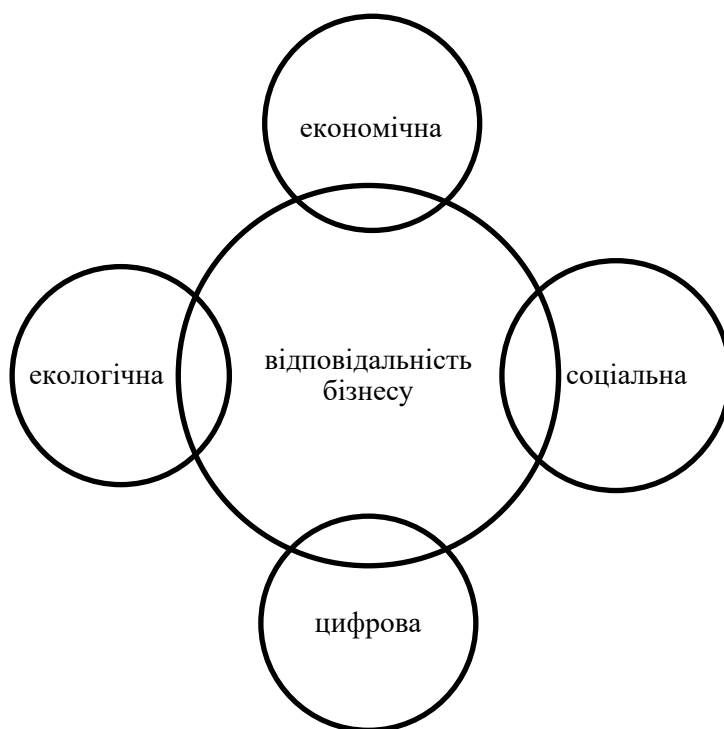


Рис. 1. Модель корпоративної соціальної відповідальності в умовах цифрової економіки (за А. Кнаутом)

Джерело: сформовано авторами на основі [3, с. 252]

Таблиця 1

Приклади використання цифрових технологій у програмах соціальної відповідальності вітчизняних компаній (2017–2020 рр.)

Програма	Ініціатор	Зміст
IT-освіта в сільській місцевості	Агрохолдинг «АСТАРТА»	Навчальні програми для школярів (9–15 років) та дорослих (від 40 років): комп’ютерна грамотність, візуальне програмування, основи робототехніки, вебпрограмування.
STEAM House: змагання для школярів з моделювання розумних пристроїв	IT-інтегратор	Всеукраїнський конкурс з розвитку технологічної компетентності, дослідницьких та творчих навичок учнів, пошуку талановитої молоді, надання їй підтримки з вибору STEAM-професій.
eKIDS: отримання знань з основ програмування в ігровій формі	ЕРАМ Україна	Волонтерська програма з навчання школярів основам програмування за допомогою мови Scratch, хакатон на екотематику, екоквест до Дня Землі.
Освітній проект у рамках ініціативи GOSAMP	КИЇВСТАР	Навчальний курс для педагогів та учнів Innovation & Entrepreneurial Culture: розроблення ідей мобільних додатків та креативних відеопрезентацій з використанням брейнстормінгу, SCRUM тощо.
Дитяча надія	КИЇВСТАР	Проєкт SMS-благодійності, спрямований на забезпечення дитячих онко- і кардіодиспансерів обладнанням, матеріалами та інструментами.
DIGITAL-технології роблять світ доступним для нечуючих	АШАН Рітейл Україна	Надання безлімітного доступу для нечуючих та слабочуючих співробітників до додатку «Перекладач ЖМ»; фінансування розроблення комп’ютерної програми ConnectPRO для обміну інформацією між чуючими та нечуючими працівниками.
Працевлаштування нечуючих у сфері реклами та IT	Агентство Isobar Ukraine	Онлайн-навчання та стажування людей з вадами слуху, пакети освітніх матеріалів, що полегшують процес адаптації працівників з особливими потребами в колективі.
Благаю, пристебнись!	Мережа АЗК ОККО	Інформаційна кампанія з проблем безпеки учасників дорожнього руху: заохочувальні акції та конкурси у Facebook, відеоролики в соцмережах, тренінги та консультації, навчання батьків-автомобілістів тощо.
Подолання нерівності у доступі до якісної освіти	Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед	iLearn – безкоштовна гейміфікована навчальна платформа, що містить онлайн-курси, тести та вебінари для тих, хто бажає успішно скласти ЗНО.

Джерело: сформовано авторами за даними [6; 7]



Рис. 2. Характеристика аспектів цифрової відповідальності бізнесу за М. Вейдом
Джерело: сформовано авторами на основі [4]

Практичне втілення діджиталізації соціальної відповідальності бізнесу виявляється передусім у використанні цифрових технологій як засобу реалізації корпоративної політики соціальної відповідальності. Контент-аналіз соціальних звітів вітчизняних компаній свідчить про поступове усвідомлення представниками бізнесу цифрових можливостей у практиці соціальних проєктів і програм (табл. 1).

Як бачимо, реалізація потенціалу цифровізації закономірно характерна для підприємств, що працюють у сфері інформаційних технологій, і стосується переважно проблематики забезпечення якісної освіти та заохочення до навчання упродовж життя.

Ще одним помітним аспектом діджиталізації практики соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу є використання цифрових технологій як інструменту комунікацій зі стейкхолдерами. Проте оцінювання індексу прозорості топ-100 компаній України, проведене Професійною асоціацією корпоративного управління, Центром «Розвиток КСВ», Центром Міжнародного Приватного Підприємництва (CIRE), свідчить про невисокий рівень застосування інформаційних технологій задля представлення соціально відповідальних ініціатив за більшістю напрямів соціальної відповідальності (окрім інвестицій у розвиток місцевих громад (42%) та клієнтоорієнтованих проєктів (29%)) (рис. 3).

Незадовільним є рівень розкриття інформації про політику компаній у сфері соціальної відповідальності, не набула значного поширення практика нефінансової звітності, ігнорується в комунікаціях проблематика сталого розвитку (рис. 4).

В таких умовах, а також з огляду на глобальну тенденцію перетворення «добровільної» соціальної відповідальності бізнесу у «регульовану» зростає роль урядових та партнерських (з бізнесом та «третім сектором») механізмів просування ідей відповідального застосування діджитал-технологій.

Наприклад, у Федеративній Республіці Німеччина функціонує кілька таких платформ для популяризації ідей цифрової етики та корпоративної цифрової відповідальності:

- BMJV – ініціатива Міністерства юстиції та захисту споживачів ФРН, до складу робочої групи якої входять представники SAP, Deutsche Telekom, Miele, Otto Group тощо;

- nachhaltig.digital – спільний проєкт В.А.У.М. e.V. і Федеральної фундації з проблем довкілля (DBU), створений для сприяння підприємствам малого й середнього бізнесу у використанні цифрових технологій на засадах сталого розвитку, подоланні соціальних, екологічних і культурних викликів цифрової трансформації;

- Charta digitale Vernetzung – хартія, розроблена організацією «Цифровий саміт Німеччини» задля просування ідей відпові-

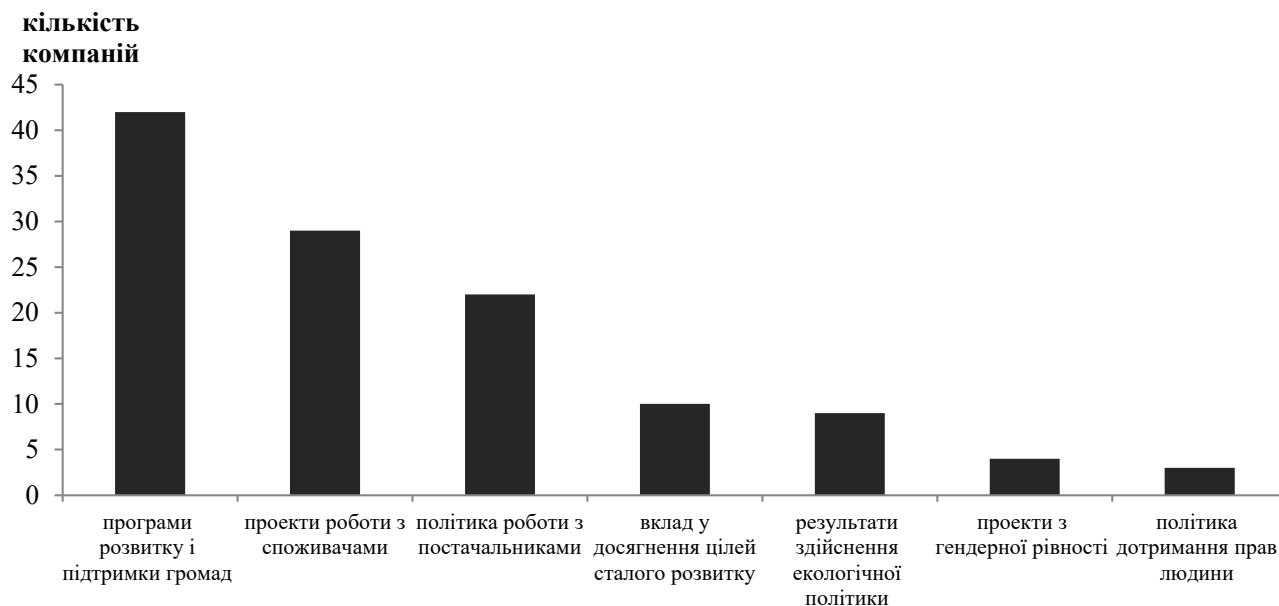


Рис. 3. Рівень розкриття інформації за окремими аспектами соціальної відповідальності бізнесу на корпоративних сайтах вітчизняних компаній топ-100, 2019 р.

Джерело: сформовано авторами на основі [10]

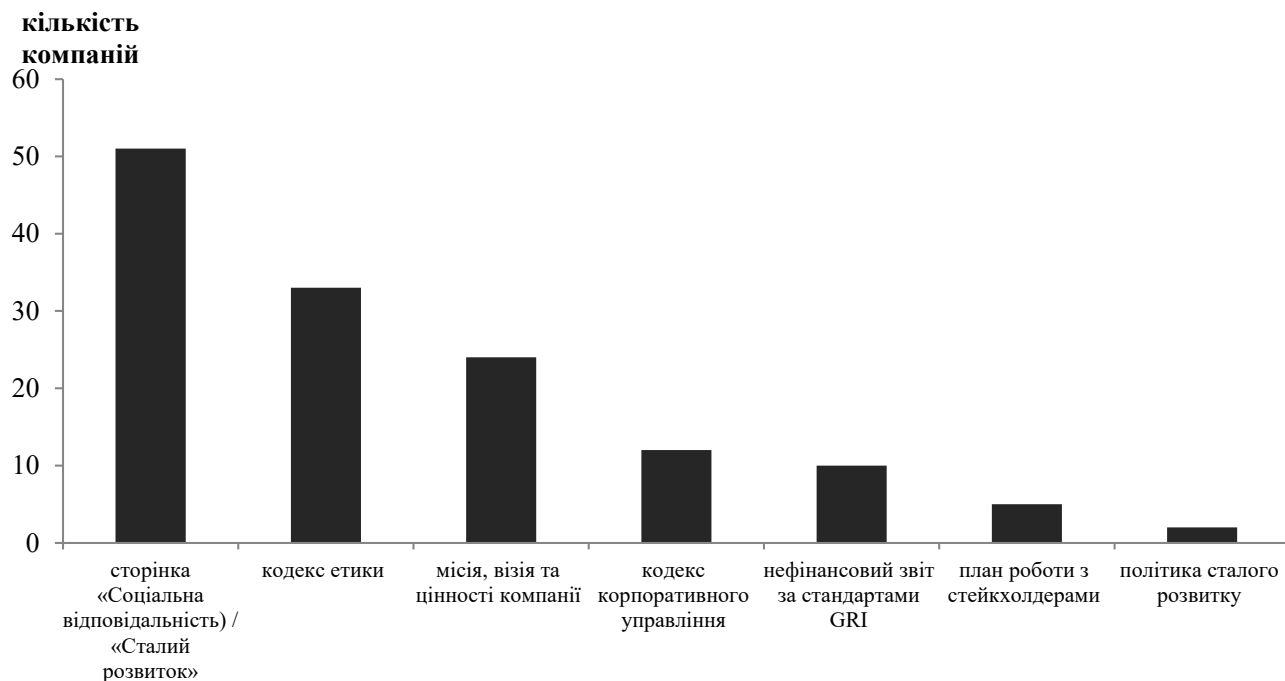


Рис. 4. Повнота інформації про політику у сфері соціальної відповідальності бізнесу на корпоративних сайтах вітчизняних компаній топ-100, 2019 р.

Джерело: сформовано авторами за даними [10]

дальшого використання потенціалу діджиталізації, до якої приєдналися понад 80 провідних німецьких компаній [2].

Драйвером системної актуалізації проблематики цифрової відповідальності бізнесу в Україні мало б стати створення у 2019 р. Міністерства цифрової трансформації шляхом реорганізації Державного агентства з питань електронного урядування України. До завдань Мінцифри віднесено, зокрема,

«забезпечення функціонування онлайн-платформи взаємодії органів виконавчої влади з громадянами та інститутами громадянського суспільства; формування державної політики у сферах <...> захисту інформації, кіберзахисту; розроблення норм, стандартів у сферах електронних довірчих послуг» [11]. Проте у Положенні про Міністерство цифрової трансформації України, інших нормативних документах не окреслено роль новоствореної

реного органу щодо контролю, регулювання, консультативної допомоги та заохочення суб'єктів господарювання до відповідального використання цифрових технологій.

Водночас, як зазначають автори програми «Цифровий спринт» (33 кроки для розвитку в Україні цифрової економіки) [1], необхідним є законодавче закріплення цифрових прав людини (рівного доступу до цифрових технологій, інфраструктур та можливостей) – крок 7; залучення бізнесу та моделей державно-приватного партнерства до проєктів з охоплення країни цифровими інфраструктурами – крок 8; впровадження дієвої системи стимулів цифровізації бізнесу – крок 19; створення центрів запобігання кіберінцидентам – крок 32; розроблення галузевих стандартів кібербезпеки – крок 33.

Стримуючими факторами розвитку цифрової соціальної відповідальності бізнесу в Україні є, на нашу думку, відсутність стратегії цифрової трансформації економіки, державних програм підтримки відповідального та етичного використання цифрових технологій у бізнесі, інформаційних кампаній просування відповідального цифрового підприємництва. Органи державної влади мають взяти на себе функції координування, заохочення та популяризації відповідального бізнесу в умовах цифрових перетворень, зокрема, шляхом усунення інституційних бар'єрів розвитку цифрової економіки; формування інфраструктури цифрової соціальної відповідальності бізнесу, електронних систем моніторингу у сфері екології, прав споживача, запобігання корупції, трудових відносин; подолання цифрової нерівності в суспільстві, захисту цифрових прав громадян і підприємців; всебічного захисту інтелектуальної власності у цифровій економіці; розроблення правил, регламентів, стандартів роботи з персональними даними, створення безпечних цифрових платформ для їх зберігання та оброблення; забезпечення рівного доступу до інформації та послуг, що надаються з використанням цифрових технологій; реалізації грантових програм підтримки цифрового соціального підприємництва, податкових пільг, канікул, податкового кредиту щодо відповідних витрат; державно-приватного партнерства у сфері реалізації проєктів цифровізації, захисту даних, покращення цифрового сервісу, залучення інвестицій, розвитку цифрової освіти; розроблення методик оцінювання та звітності з цифро-

вої відповідальності бізнесу; поглиблення міжнародної співпраці у сфері кібербезпеки, обміну даними, запобігання цифрової дискримінації.

Висновки і пропозиції. За умов трансформації економіки XXI ст. та впливу пандемії COVID-19 неможливо ігнорувати ризики, що виникають за безвідповідального використання цифрових технологій. Відповідні проблеми мають бути предметом консолідації зусиль та суспільного діалогу із залученням усіх зацікавлених сторін (влади, бізнесу, представників громадянського суспільства), «м'якого» регулятивного впливу; знаходити висвітлення в державній політиці, програмах бізнес-освіти тощо.

Водночас нині з'являються майже безмежні можливості для нових способів вияву «корпоративного громадянства» лідерів бізнесу, залучення їх у процес досягнення цілей сталого розвитку та побудови на цій основі сучасних глобальних брендів. Конкретними способами вияву соціальної цифрової відповідальності вітчизняного бізнесу можуть, наприклад, бути забезпечення доступності інтернет-зв'язку та інтернет-послуг, зокрема у віддалених і сільських районах; реалізація відповідального підходу у питаннях приватності даних персоналу, споживачів, контрагентів; поширення цифрових знань і навичок серед усіх верств населення, інвестицій у відповідну освітню інфраструктуру; застосування людиноцентричного підходу до адаптації технологій штучного інтелекту, автоматизації і роботизації операційної діяльності; використання цифрових технологій для моніторингу проблем відповідальності та ділової етики у ланцюжках створення вартості товарів; комунікація та обмін досвідом з реальними та потенційними стейкхолдерами через цифрові канали.

Слід відзначити також соціально відповідальну сутність самого процесу цифрової трансформації, який здатен забезпечити підвищення продуктивності, конкурентоспроможності та сталості бізнесу, створення висококваліфікованих робочих місць, розвиток інформаційного суспільства та незалежних ЗМІ як основ демократії; розширити можливості доступу до інформації, якісної освіти та охорони здоров'я, знань та послуг, задоволення соціальних і культурних потреб; гарантувати безпеку, розвиток потенціалу, гідний рівень життя людини.

Список використаних джерел:

1. Фішук В. та ін. Стратегія «Україна 2030 – країна з розвинутою цифровою економікою». URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html> (дата звернення: 01.07.2021).
2. Eiyfeller C. Corporate digital responsibility: why digital ethics are essential. DMEXCO. 20.04.2020. URL: <https://dmexco.com/stories/corporate-digital-responsibility-why-digital-ethics-are-essential> (дата звернення: 01.07.2021).
3. Knaut A. How CSR Should Understand Digitalization. *Sustainability in a Digital World: New Opportunities*. [Osburg, Christiane, Thomas, Lohrmann]. Springer International Publishing AG, 2017, 272 p.
4. Wade M. Corporate Responsibility in the Digital Era. MIT Sloan Management Review. 2020. URL: <https://sloanreview.mit.edu/article/corporate-responsibility-in-the-digital-era> (дата звернення: 01.07.2021).

5. Hantsovskiy O. The impact of digitalization and gadgetization on the development of corporate social responsibility in the evolution conditions from globalization to regionalization. *Humanities Studies*. 2020. № 4 (81). P. 201–215. URL: <http://humstudies.com.ua/article/view/209403> (дата звернення: 01.07.2021).
6. Практика КСВ в Україні 2018 / за ред. М. Саприкіної. Київ : Центр «Розвиток КСВ», 2019. 68 с.
7. Практика КСВ в Україні 2019 / за ред. М. Саприкіної. Київ : Центр «Розвиток КСВ», 2019. 152 с.
8. G20 Responsiveness Evaluation Report 2020: Transforming For Inclusive Growth. URL: <https://static1.squarespace.com/static/5df776f6866c14507f2df68a/t/5fd1bfb8c10336458b36980d/1607581640523/G20+Responsiveness+Report.pdf> (дата звернення: 01.07.2021).
9. Elkington J. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of the 21st Century Business*. Capstone Publishing, 2000. 162 p.
10. Індекс Прозорості Компаній України 2019. URL: https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2020/11/Transp_index_2019_ua_full_web-2.pdf (дата звернення: 01.07.2021).
11. Положення про Міністерство цифрової трансформації України : затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 18 вересня 2019 р. № 856. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/856-2019-%D0%BF#top> (дата звернення: 01.07.2021).

References:

1. Fishuk V. Stratehiia “Ukraine 2030 – kraina z rozvynutoi tsyfrovou ekonomikou” [Strategy “Ukraine 2030 – a country with a developed digital economy”]. Available at: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html> (accessed 01 July 2021).
2. Eifeller Cora. Corporate digital responsibility: why digital ethics are essential. DMEXCO. 20.04.2020. Available at: <https://dmexco.com/stories/corporate-digital-responsibility-why-digital-ethics-are-essential> (accessed 01 July 2021).
3. Knaut Andreas. How CSR Should Understand Digitalization. *Sustainability in a Digital World: New Opportunities* [Osburg, Christiane, Thomas, Lohrmann]. Springer International Publishing AG 2017, 272 p.
4. Wade, Michael (2020) Corporate Responsibility in the Digital Era. *MITSloan Management Review*. Available at: <https://sloanreview.mit.edu/article/corporate-responsibility-in-the-digital-era> (accessed 01 July 2021).
5. Hantsovskiy Oleksii (2020) The impact of digitalization and gadgetization on the development of corporate social responsibility in the evolution conditions from globalization to regionalization. *Humanities Studies*, no. 4 (81), pp. 201–215. Available at: <http://humstudies.com.ua/article/view/209403> (accessed 01 July 2021).
6. Saprykina M. (ed.) (2019) *Praktyka KSV v Ukraini 2018* [Practice of KSV in Ukraine 2018]. Kyiv: Tsentr “Rozvytok KSV”. (in Ukrainian)
7. Saprykina M. (ed.) (2019) *Praktyka KSV v Ukraini 2019* [Practice of KSV in Ukraine 2019]. Kyiv: Tsentr “Rozvytok KSV”. (in Ukrainian)
8. G20 Responsiveness Evaluation Report 2020: Transforming For Inclusive Growth. Available at: <https://static1.squarespace.com/static/5df776f6866c14507f2df68a/t/5fd1bfb8c10336458b36980d/1607581640523/G20+Responsiveness+Report.pdf> (accessed 01 July 2021).
9. Elkington John. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of the 21st Century Business*. Capstone Publishing, 2000. 162 p.
10. Індекс Прозорості Компаній України 2019 [Transparency Index of Ukrainian Companies 2019]. Available at: https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2020/11/Transp_index_2019_ua_full_web-2.pdf (accessed 01 July 2021).
11. Polozhennia pro Ministerstvo tsyfrovoy transformatsii Ukrainy [Regulations on the Ministry of Digital Transformation of Ukraine]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/856-2019-%D0%BF#top> (accessed 01 July 2021).

Ворончак І. О.

Вовк Ю. Я.

Дрогобычский государственный педагогический университет
имени Ивана Франко

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Резюме

В статье исследуются теоретические и практические аспекты обеспечения социальной ответственности бизнеса в условиях цифровой экономики. Обоснована сущность цифровой ответственности бизнеса как ответственного и этического использования цифровых технологий, учета и прогнозирования социальных, экономических, экологических последствий решений, принимаемых в цифровой экономике. Анализ социальных отчетов и веб-ресурсов отечественных компаний свидетельствует о нереализованности потенциала цифровой ответственности, ограничивающейся трансфером цифровых навыков и отдельными коммуникациями со стейкхолдерами. На основе изучения зарубежного опыта функционирования платформ государственно-частного партнерства в сфере цифровой ответственности и устойчивого развития обоснованы направления регулятивного и стимулирующего воздействия на формирование цифровой ответственности экономических субъектов.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, цифровая ответственность бизнеса, цифровая трансформация экономики, цифровизация, стейкхолдеры, устойчивое развитие.

Voronchak Ivan

Vovk Yuriy

Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CONDITIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION OF ECONOMIC SYSTEMS

Summary

The paper investigates the theoretical and practical aspects of providing the corporate social responsibility in a digital economy. The digital transformation of economic activity necessitates a business response to fundamental new challenges and threats related to cybersecurity, privacy, copyright protection, blockchain, misinformation, ethical algorithms for artificial intelligence etc. The quantity and complexity of digitalization problems determines the need for a consistent and comprehensive approach to ensuring digital responsibility in economy. Corporate digital responsibility can be defined as a responsible and ethical using of digital technologies; forecasting the social, economic and environmental consequences of decisions made in the digital economy. The analysis of social reports and web resources of Ukrainian companies indicates that their potential of digital responsibility is limited to the digital skills transfer and partial using in communications with stakeholders. At the same time, there are promising ways of manifesting social responsibility of domestic enterprises: investments in digital infrastructure and education; using digital technologies to monitor the responsibility and business ethics of suppliers and contractors; digitalization of environmental management processes; protection of digital rights and personal data of customers, employees, partners; dialogue with real and potential stakeholders through digital channels. Foreign experience shows that it is efficient to form public-private partnership platforms in the field of digital responsibility and sustainable development. It is also appropriate for the government to develop and implement a strategy for the digital transformation, programs of economic and advisory support for digital social entrepreneurship; to form standards for assessing and reporting about corporate digital responsibility; to eliminate the institutional and legislative barriers to the digital economy development; to overcome the digital divide in society; to create algorithms for personal data processing and suitable digital platforms.

Keywords: corporate social responsibility, corporate digital responsibility, digital transformation of economy, digitalization, stakeholders, sustainable development.
