

Яна Сокіл, к.е.н., доцент,
доцент кафедри маркетингу,
Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного,
м. Запоріжжя, Україна

СОЦІАЛЬНА КОРПОРАТИВНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У ЦИФРОВОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Стрімкий розвиток цифрового підприємництва зумовлює переосмислення підходів до корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) бізнесу. У сучасну епоху цифровізації, яку характеризує масове використання інтернету, великих даних, штучного інтелекту та інших технологій, корпоративна соціальна відповідальність набула нових форм і стала фундаментальною складовою корпоративної ідентичності. Цифрове середовище створює безпрецедентну взаємопов'язаність та відкритість: соцмережі і онлайн-платформи надали споживачам, інвесторам та активістам потужні інструменти для моніторингу й впливу на поведінку компаній, підвищуючи їхню публічну підзвітність. У результаті зросла відповідальність бізнесу за етичні та екологічні наслідки діяльності, адже технології можуть бути використані як на благо суспільства, так і з потенційною шкодою для нього. В цих умовах КСВ перестає бути периферійною альтруїстичною активністю і перетворюється на необхідний елемент стратегії і управління сучасного цифрового бізнесу [1].

Водночас постають нові нерозв'язані питання у сфері КСВ, зумовлені специфікою цифрового середовища. Масове збирання та аналіз даних ставлять проблему забезпечення приватності та кібербезпеки: витоки даних і порушення конфіденційності здатні суттєво підірвати довіру до компанії. Використання алгоритмів і штучного інтелекту породжує етичні дилеми щодо упередженості та справедливості автоматизованих рішень – як забезпечити прозорість і недискримінаційність алгоритмів залишається відкритим питанням. Технологічна індустрія пов'язана зі зростаючим обсягом електронних відходів (e-waste) і значним споживанням енергії; мінімізація екологічних наслідків цифровізації, зокрема шляхом «озеленення» дата-центрів та утилізації пристроїв, стає значущим викликом для КСВ. Окремо актуальною є проблема цифрової нерівності: не всі верстви населення мають рівний доступ до переваг цифрової економіки, тому *digital inclusion* (цифрова інклюзія) визначається як важливе завдання КСВ – забезпечити, щоб цифрова трансформація була справедливою і не залишала осторонь вразливі групи. Багато з цих питань ще не мають однозначних рішень та потребують спільних зусиль бізнесу, держави й суспільства.

За останні п'ять років помітно зросла увага дослідників до тематики КСВ у контексті цифрової трансформації бізнесу. Якщо раніше КСВ розглядалася переважно в аспекті класичних галузей (промисловість, видобування, ритейл тощо), то нині все більше робіт присвячено тому, як цифрові технології змінюють природу корпоративної відповідальності. Згідно з оглядовими

дослідженнями 2020–2024 рр., цифровізація фактично *революціонує* CSR, висуваючи на перший план нові аспекти: етичну відповідальність при використанні штучного інтелекту, справедливе поводження з даними, прозорість алгоритмів, вплив ІТ-інфраструктури на довкілля тощо. Так, Хванг у своєму міждисциплінарному огляді підкреслює, що прогрес цифрових технологій висуває бізнесу нові етичні вимоги – від захисту даних користувачів до “свідомості” штучного інтелекту та справедливого використання алгоритмів. Одночасно цифрові інструменти розширюють можливості компаній у сфері сталого розвитку, наприклад, сприяють кращій підзвітності через онлайн-розкриття інформації та залучення зацікавлених сторін у реальному часі [1].

Вчені також відзначають, що цифрова ера генерує і нові перспективи, і нові труднощі для КСВ. З одного боку, технології дозволяють бізнесу ефективніше впроваджувати соціальні й екологічні ініціативи (скажімо, використання *big data* для оптимізації споживання ресурсів чи онлайн-платформ для благодійності). З іншого боку, з’являються «цифрові» ризики, раніше не притаманні традиційному бізнесу. Дослідження Saeed та ін. (2020) наголошує, що бізнес-сектор нині мусить терміново реагувати на складні виклики, зокрема кібербезпеку, захист даних, етичні аспекти AI та соціально-екологічні ефекти диджиталізації. Ці проблеми вийшли за межі суто теоретичних дискусій – вони вже впливають на регуляторні вимоги, громадську думку та управлінські рішення у реальному бізнесі. Шмітц М. та Сіл П. [2] у своїй роботі узагальнюють, що для виконання корпоративної відповідальності у цифровому світі компанії мають зосередитися на чотирьох критичних аспектах: гарантуванні приватності даних, підтриманні етичності алгоритмів, зменшенні екологічного впливу технологій та дотриманні вимог регуляторів. Саме ці напрямки визначають порядок денний КСВ останніх років.

Однією з помітних тенденцій є поява концепції *корпоративної цифрової відповідальності* (КЦВ, англ. Corporate Digital Responsibility, CDR). Ця концепція розвинулася в Європі як продовження і доповнення традиційної КСВ, акцентуючи відповідальність компаній за наслідки своєї цифрової діяльності. Згідно з визначенням проекту CDR Europe, корпоративна цифрова відповідальність – це сукупність практик і поведінкових норм, що допомагають організації використовувати дані та цифрові технології соціально, економічно, технологічно та екологічно відповідальним чином [3]. Іншими словами, CDR охоплює такі питання, як етика даних і конфіденційність, кібербезпека, цифрова інклюзія, вплив ІТ на довкілля, доброчесність у цифровому середовищі тощо. На практиці впровадження CDR виявилось нелегким, особливо для малого і середнього бізнесу, через брак експертизи та ресурсів. У відповідь на це в ЄС започатковуються програми підтримки: згаданий проект CDR Europe (2023–2027) об’єднав партнерів з 9 країн для обміну досвідом та напрацювання політик, які допоможуть навіть найменшим МСП стати «цифрово відповідальними». Це свідчить, що на рівні регіональної політики Європи формується розуміння важливості інтеграції КСВ у цифрову економіку і створюються умови для її поширення.

Аналіз показав, що соціальна корпоративна відповідальність у цифровому підприємстві є багатовимірною і динамічною сферою, значення якої неухильно зростає. Цифрова трансформація бізнесу не лише накладає на компанії нові зобов'язання, а й відкриває перед ними нові шляхи для створення спільної цінності – для себе і суспільства. Підтверджено актуальність теми: цифрові підприємства зараз перебувають у центрі уваги стейкхолдерів щодо етичності, прозорості та сталості. Класичні аспекти КСВ (такі як права працівників, філантропія, екологія) переплітаються з новими (конфіденційність даних, алгоритмічна справедливість, кіберетика), формуючи комплексний порядок денний. Нерозв'язані питання – від запобігання дискримінації штучним інтелектом до подолання цифрової нерівності – потребують подальших досліджень і колективних зусиль, адже однозначних відповідей поки немає. Останні роки принесли і значний прогрес: з'явилися концептуальні рамки на кшталт корпоративної цифрової відповідальності, напрацьовано чимало рекомендацій та кейсів впровадження КСВ у IT-компаніях, розроблено міжнародні стандарти (від ISO з інформаційної безпеки до керівництв OECD з цифрових прав людини).

На завершення, соціальна корпоративна відповідальність у цифровому підприємстві постає як необхідна умова гармонійного розвитку цифрової економіки в XXI столітті. Вона допомагає знайти баланс між прибутковістю інновацій та суспільним благом, мінімізувати негативні наслідки технологічного прогресу і максимізувати позитивний вклад бізнесу у вирішення соціальних проблем. Цифрові компанії, що приймають цей виклик і можливість, формують новий еталон успішності – коли успіх вимірюється не лише фінансовими метриками, а й тим, який світ вони створюють навколо себе. З огляду на швидкі зміни та невизначеність майбутнього технологій, принцип “*dare to care*” (“наважся піклуватися”) стає лейтмотивом для відповідального підприємництва у цифрову добу, і його актуальність лише зростатиме надалі.

Список використаних джерел

1. Hwang, J. (2024). Corporate social responsibility (CSR) in the digital age: Investigating the challenges and future insights. *GSC Advanced Research and Reviews*, 21(1), 503–518. <https://doi.org/10.30574/gscarr.2024.21.1.0383>
2. Schultz, M. D., & Seele, P. (2020). Conceptualizing data-deliberation: The starry sky beetle, environmental systemrisk, and Habermasian CSR in the digital age. *Business Ethics: A European Review*, 29(2), 303-313.
3. CDREUROPE. (2025). Corporate Digital Responsibility in Europe. <https://www.interregeurope.eu/cdreurope#:~:text=up%20to%20many%20risks,energy%20use%20with%20big%20data>.