

Серафін Ю.,
здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня,
освітньо-професійна програма
«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»;
Національна академія статистики, обліку та аудиту, м. Київ

ЦИФРОВА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Корпоративна соціальна відповідальність – це розширення завдань управління сучасною компанією, яка враховує етичні можливості та наслідки цифровізації в економіці та суспільстві. Згідно з результатами дослідження корпоративної цифрової відповідальності представників бізнес-школи Мангейма (Німеччина), вона повинна охоплювати чотири рівні [1]:

1) економічний рівень (критерій: прибутковість) – тобто компанія повинна розробити або адаптувати інноваційні бізнес-моделі, які забезпечать їй конкурентні переваги в умовах нового конкурентного тиску в цифровому світі;

2) правовий рівень (критерій: легітимність) – тобто компанія зобов'язана дотримуватись чинного законодавства, включаючи нові акти щодо цифрових технологій, цифрових активів, цифрової та інформаційної безпеки та використання даних;

3) етичний рівень (критерій: етичність) – тобто компанія своєю діяльністю має прагнути уникати (чи мінімізувати) негативні наслідки внаслідок використання цифрових технологій, тобто її бізнес-модель має бути як економічно привабливою і сприяти підвищенню конкурентних переваг, так і відповідати принципам управління в контексті ESG-факторів, тобто корпоративне управління має відповідати принципам екологічно та соціально відповідального управління;

4) філантропічний рівень (критерій: сталий розвиток) – тобто компанія орієнтована на досягнення цілей сталого розвитку, включаючи можливості реалізації проектів у сфері благодійної діяльності та соціального підприємництва, а також проектів обміну знаннями та легітимного використання даних та нових технологій на благо суспільства.

Варто констатувати, що в системі управління сучасною компанією суттєво розширюється спектр корпоративної відповідальності, коли має бути знайдено баланс між прибутковістю, етичністю та стійким розвитком з превалюванням саме відповідальної складової у цифровій економіці (рис. 1). Відповідно, система управління компанією в цифровому середовищі повинна позиціонуватися як управління бізнесом з орієнтованим на людей або клієнта поглядом і гнучкими процесами, при яких цифрові технології використовуються для того, щоб люди (клієнти, співробітники, менеджери та ін.) могли досягти успіху, оптимізувати всі бізнес-функції та зробити бізнес прибутковим та конкурентоспроможним.

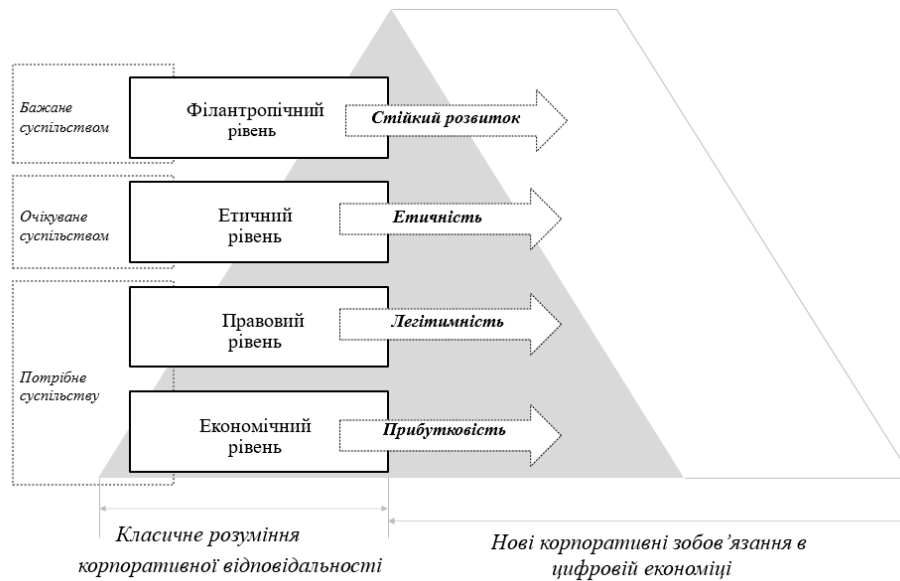


Рис.1. Трансформація сутності корпоративної відповідальності у цифровій економіці

Важливим кроком щодо впровадження принципів корпоративної цифрової відповідальності є трансформація концепції підприємницької відповідальності. Класичний підхід, який відображає механізми досягнення корпоративної соціальної відповідальності, тепер застосовується до цифрової економіки, оскільки бізнес-моделі, що базуються на даних, порушують фундаментальні питання прав споживачів, конфіденційності та інформаційного самовизначення. Корпоративна цифрова відповідальність доповнює та частково переосмислює підприємницьку відповідальність [2]. Наприклад, компанії повинні враховувати соціальний вплив цифрових продуктів та послуг вже в процесі їх розробки, вирішуючи спочатку технічні завдання та аспекти комерціалізації з урахуванням досягнення прибутковості компанії, та переконатися, що вони сумісні з показниками створення цінності у суспільстві. Фактично корпоративна цифрова відповідальність служить мірою захисту бізнес-моделі компанії від різноманітних ризиків і вбудовується в механізм корпоративного управління за допомогою розробки та дотримання відповідних керівних принципів і стандартів.

Список використаних джерел

1. Herden C.J., Alliu E., Cakici A. et al. Corporate Digital Responsibility. *Nachhaltigkeits Management Forum*. 2021. Т. 29. С. 13-29.
2. Tim Frick. What is Corporate Digital Responsibility? URL: <https://www.mightybytes.com/blog/what-is-corporate-digital-responsibility/>