

УДК 338.24

**Краузе Ольга Ігорівна**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри промислового маркетингу  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

**Krause Olga**

*PhD, Associate Professor,  
Associate Professor of the Industrial Marketing Department  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
ORCID: 0000-0002-0374-2582*

**Піняк Ірина Любомирівна**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри промислового маркетингу  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

**Pinyak Iryna**

*PhD, Associate Professor,  
Associate Professor of the Industrial Marketing Department  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University*

**Шпилик Світлана Василівна**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри промислового маркетингу  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

**Shpylyk Svitlana**

*PhD, Associate Professor,  
Associate Professor of the Industrial Marketing Department  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
ORCID: 0000-0002-9321-7596*

**СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В КОНТЕКСТІ  
ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ  
SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CONTEXT OF BUSINESS  
DEVELOPMENT**

*Анотація.* Необхідність впровадження принципів соціальної відповідальності бізнесу виникла ще у 1970-х роках у США та Великобританії в результаті вимог громадськості щодо необхідності забезпечення дотримання наступних умов: соціальний захист та недопущення дискримінації найманих працівників; відповідальний вибір бізнес-партнерів; гарантування якості та безпечності продукції; дбайливе ставлення бізнесу до суспільства та екології; дотримання норм відкритості та прозорості ведення бізнесу; врахування суспільних інтересів при прийнятті стратегічних бізнес-рішень.

*Норми та принципи соціальної відповідальності бізнесу закріплені Міжнародним стандартом ISO 26000:2010. Принципи та норми соціальної відповідальності бізнесу спрямовані на врегулювання наступних питань: організаційне управління; права людини; трудові відносини; довкілля; добросовісні ділові практики; соціально-економічний розвиток суспільства. В умовах сьогодення час компаній, які орієнтуються на максимізацію поточного прибутку минув, сучасний бізнес повинен бути орієнтований на довгострокові перспективи розвитку з чіткими дотриманням норм та принципів соціальної відповідальності та переходом в площину цифрової економіки. Відповідно до вимог, закріплених Директивою 2014/95/EU, з 2018 р. великі компанії зобов'язані відображати не фінансові показники у річних звітах, при цьому маючи право обирати яких саме рекомендацій дотримуватись – міжнародних, ЄС чи національних.*

*У світовій практиці прийнято розрізняти декілька моделей соціальної відповідальності бізнесу: європейська, британська, американська, азійська і африканська. Розвиток соціальної відповідальності бізнесу в Україні розпочався з 2000-х років, задля досягнення системних та якісних змін у 2008 р. на громадських засадах в Києві створено експертну організацію «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності». У 2010-2011 р. робочою групою при Комітеті з питань промисловості та регуляторної політики та підприємництва Верховної Ради України розроблено концепцію національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу.*

*Необхідність забезпечення кіберстійкості управлінських та виробничих бізнес-процесів, потреба в забезпеченні умов для віддаленого ведення бізнесу, перехід до Інтернету речей стали стимуляторами до переведення бізнесу в площину цифрової економіки. На процес формування соціальної відповідальності в умовах діджиталізації бізнесу мають вплив зовнішні та внутрішні фактори, частина яких становлять загрози. Діджиталізація бізнесу за умов забезпечення норм та правил соціальної відповідальності створює додаткову цінність компанії та конкурентні переваги.*

**Ключові слова:** *соціальна відповідальність, діджиталізація, цифрова економіка, моделі соціальної відповідальності, цифрові технології.*

**Summary.** *The need to implement the principles of social responsibility of business arose in 1970 in the USA and Great Britain as a result of the requirements of the public regarding the necessity to ensure compliance with the following conditions: social protection and prevention of discrimination of hired workers; responsible choice of business partners; guarantee of quality and safety of products; careful attitude of business to society and ecology;*

*compliance with the norms of openness and transparency of business conduct; taking into account public interests in making strategic business decisions.*

*The norms and principles of social responsibility of business are established by the International Standard ISO 26000:2010. Principles and norms of social responsibility of business are aimed at regulation of the following issues: organizational management; human rights; labor relations; environment; good business practices; social and economic development of society. In the current situation, the time of companies that are focused on maximizing their current profits has passed, modern business should be oriented toward long-term development prospects with clear adherence to the norms and principles of social responsibility and transition in the digital economy. In accordance with the requirements of Directive 2014/95/EU, since 2018, large companies have to reflect non-financial indicators in annual reports, at that, having the right to choose which recommendations to follow – International, EU or national norms.*

*In the world practice it is accepted to distinguish several models of social responsibility of business: european, british, american, asian and african. The development of social responsibility of business in Ukraine began in 2000 years, to achieve systemic and qualitative changes in 2008 an expert organization has been established on public institutions in Kyiv «Development of corporate social responsibility». In 2010-2011, the working group of the Committee on Industry and Regulatory Policy and Entrepreneurship of the Verkhovna Rada of Ukraine the concept of the national strategy of social responsibility of business has been developed.*

*The need to ensure the cyber-stability of management and production business processes, the need to provide a remote business environment, The transition to the Internet of things has become an incentive to move business to the digital square economy. The process of forming social responsibility under the conditions of business deditalization has an impact external and internal*

*factors, some of which pose threats. Conduct business in the context of ensuring social responsibility rules and regulations creates additional value of the company and competitive advantages.*

**Key words:** *social responsibility, digitalization, digital economy, model of social responsibility, digital technology.*

**Постановка проблеми.** В сучасних умовах господарювання модель бізнесу, що орієнтована на максимізацію поточного прибутку втратила свою актуальність і поступилась моделі, орієнтованій на формування довготривалих стратегій досягнення конкурентних переваг. В врахуванням особливостей сучасних вимог ведення бізнесу, постає необхідність в його діджиталізації та дотриманні норм та принципів соціальної відповідальності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання соціальної відповідальності в контексті діджиталізації бізнесу знаходиться в площині наукових інтересів багатьох науковців та практиків. Дослідження сутності, етапів розвитку, класифікації та засадничих ідей знайшли відображення в науковому доробку Білої С.О. [3]. Місце та роль корпоративної соціальної відповідальності у забезпеченні сталого розвитку суспільства загалом, а також її вплив на формування конкурентних переваг підприємства, інноваційність та конкурентоспроможність бізнесу висвітлено в наукових працях Кицюка І.В. [7, 8]. Сучасний погляд на формування цінностей компанії розглянуто колективом авторів Михайлишиним Н.П. та Романівим С.Р. [6]. Бойко О., координатор Комітету промислової екології та сталого розвитку Європейської Бізнес Асоціації, проаналізувала стан згуртованості українського бізнесу у період воєнного стану в контексті соціальної відповідальності [4]. Вплив діджитал-технологій на розвиток соціальної відповідальності досліджено в працях Мартинюк О.А. [5].

**Формулювання цілей статті.** Основними цілями статті є дослідження наступних питань: причини виникнення та етапи впровадження практики соціальної відповідальності бізнесу; розкриття сутності базових принципів соціальної відповідальності бізнесу; обґрунтування економічної та соціальної ефективності переведення бізнесу в площину цифрової економіки; розкрити особливості моделей соціальної відповідальності бізнесу; етапи розробки та впровадження концепції соціальної відповідальності бізнесу в Україні; умови переведення бізнесу в кіберпростір; визначити зовнішні та внутрішні загрози формування соціальної відповідальності в умовах діджиталізації бізнесу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Ідея соціальної відповідальності бізнесу виникла ще у 1970-х роках у США та Великобританії в результаті загострення уваги громадськості до загального іміджу компаній, а саме: забезпечення соціального захисту та недопущення дискримінації найманих працівників; відповідальне ставлення до вибору бізнес-партнерів; гарантування якості та безпечності продукції (послуг); дбайливе ставлення компаній до суспільства та екології; дотримання норм відкритості та прозорості бізнес-діяльності; врахування суспільних інтересів при прийнятті стратегічних бізнес-рішень.

Міжнародним стандартом ISO 26000:2010 Міжнародної організації зі стандартизації чітко визначено, що соціальна відповідальність зосереджена на компанії та передбачає відповідальність за вплив її рішень та діяльності (процесів, продукції) на суспільство та навколишнє середовище. Компанії повинні забезпечити: дотримання правових норм, правил ведення бізнесу та виконання юридично обумовлених обов'язків; прозорість та етичність поведінки, що сприятиме сталому розвитку, включаючи здоров'я та добробут суспільства; врахування очікувань стейкхолдерів.

Соціальну відповідальність компанії прийнято розглядати за такими основними аспектами: організаційне управління; права людини; трудові відносини; довкілля; добросовісні ділові практики; соціально-економічний розвиток суспільства [1].

Ведення бізнесу з дотриманням норм соціальної відповідальності є одним з основних інструментів формування організаційної культури, іміджу, ділової репутації, забезпечення сталого розвитку компанії та добробуту суспільства. Як зазначають Н.П. Михайлишин та С.Р. Романів, для того, щоб бізнес залишався успішним в довгостроковому періоді, він повинен створювати цінності не лише для своїх акціонерів, а й для всього суспільства [6].

Відповідно до офіційного сайту Представництва ООН в Україні, «бізнес відіграє ключову роль у досягненні цілей сталого розвитку. Бізнес рішення і технології мають вирішальне значення для подолання бідності, забезпечення охорони здоров'я, освіти, боротьби зі зміною клімату і погіршенням стану навколишнього середовища. Цілі сталого розвитку є корисними для бізнесу, для розширення ринку, об'єднання зацікавлених сторін, стабілізації ринків і сприяння прозорості фінансових систем [9].

Час успішності компаній, що ставили за основну максимізацію поточного прибутку, минув, в умовах сьогодення компанії повинні орієнтуватися на довгострокове зростання, що передбачає розвиток взаємопов'язаних екосистем (економічних, політичних, соціальних та екологічних) в межах функціонування.

Керівними принципами та нормами, які закладено в основу Стратегії соціальної відповідальності бізнесу, розробленої Європейською комісією, є наступні:

- Глобальний договір Організації Об'єднаних Націй;
- Керівні принципи ООН у сфері у сфері бізнесу та прав людини;

- Міжнародний стандарт ISO 26000:2010 «Керівництво із соціальної відповідальності;
- тристороння декларація принципів стосовно багатонаціональних підприємств та соціальної політики Міжнародної організації праці;
- керівні принципи ОЕСР для багатонаціональних підприємств [10].

Наступним важливим етапом формування соціальної відповідальності бізнесу стала тенденція щодо розкриття інформації, визначальними в цій сфері є Глобальна ініціатива зі звітності та Міжнародна рада з інтегрованої звітності. Законодавством ЄС також закріплено вимоги до великих компаній щодо розкриття інформації про те, у який спосіб вони здійснюють свою діяльність і розв'язують питання щодо соціальних і екологічних викликів (Директива 2014/95/EU щодо розкриття нефінансової звітності). У червні 2017 р. Європейська комісія оприлюднила керівні принципи щодо нефінансової звітності, які містять методологію звітності нефінансової інформації.

З 2018 р. компанії зобов'язані відображати нефінансові показники у річних звітах. Компанії, враховуючи власні характеристики та специфіку бізнес-середовища, мають можливість самостійно обирати яких рекомендацій дотримуватись: міжнародних, ЄС чи національних [7, с. 18].

Базовими принципами соціальної відповідальності бізнесу є такі: систематична підзвітність та прозорість діяльності бізнесу; дотримання етичних норм ведення бізнесу; повага до інтересів бізнес-партнерів, клієнтів та суспільства в цілому; дотримання норм міжнародного права; дотримання прав людини [3].

У світовій практиці прийнято розрізняти декілька моделей соціальної відповідальності бізнесу, особливості яких обумовлені національними та культурними звичаями ведення бізнесу (табл. 1).



Соціальна відповідальність бізнесу в Україні дістала розвитку на початку 2000-х років, коли зусиллями організацій громадського сектору, вищих закладів освіти та ділових видань було організовано цикл навчання та публічних заходів з даної проблеми.

*Таблиця 1*

**Моделі соціальної відповідальності бізнесу**

Модель	Країни виникнення	Особливості моделі
Європейська	північні країни Європейського континенту	засади та принципи СВБ регламентуються державою, законодавчо регламентовано стандарти, критерії та результативність СВБ
Британська	Великобританія, країни Центральної Європи	активна участь держави у фінансуванні проектів та популяризації ідей СВБ.
Американська	США, країни Латинської Америки, деякі країни Африки	мінімальний вплив держави. Бізнес-структури приймають активну участь у фінансуванні некомерційних проектів СВБ через корпоративні фонди. Державна підтримка проявляється у формі податкових пільг.
Азійська	Японія, Південна Корея	державне регулювання процесів СВБ державою. Бізнес виконує майже всі соціальні зобов'язання стосовно своїх працівників: надання житла, розвиток сімейних династій, оплата навчання дітей працівників, фінансування послуг з охорони здоров'я та пенсійне забезпечення.
Африканська	найбідніші країни світу	зосередження на проектах, пов'язаних з інтересами місцевих громад (забезпечення питною водою, запобігання експлуатації дитячої праці, допомога в сфері охорони здоров'я, боротьба з голодом та епідеміями).

*Джерело:* згруповано за джерелом [3]

У 2008 р. на громадських засадах в Києві було створено експертну організацію «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності», метою якої визначено впровадження соціальної відповідальності бізнесу задля досягнення системних та якісних змін. У 2010-2011 р. робочою групою при Комітеті з питань промисловості та регуляторної політики та

підприємництва Верховної Ради України розроблено концепцію національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу [3].

Соціальна відповідальність бізнесу в Україні, в врахуванням умов сьогодення, які ускладнені тривалою пандемією COVID-19 та руйнівними наслідками російського повномасштабного вторгнення, стає все більш актуальною, так як, насамперед, покликана згуртуватися та сконцентруватися на допомозі державі, ЗСУ та населенню. Реалізація принципів соціальної відповідальності бізнесу під час війни відбувається щонайменше за трьома принципами: «ні бідності», «світ без голоду», «здоров'я та добробут» [4]. Гуманітарна діяльність українських та міжнародних компаній в Україні орієнтована на реалізацію цілей сталого розвитку та гуманітарних цінностей.

Одним з поштовхів діджиталізації економіки став перехід від Інтернету людей до Інтернету речей, що розпочався ще у 2008-2009 рр. Зрозуміло, даний процес є нерівномірним у зв'язку з нерівномірністю соціального, економічного та технологічного розвитку між різними країнами світу. За умов динамічності та мінливості ринкового середовища, особливо відчутним на сьогоднішній день це є для українського бізнесу, зростають ризики щодо економічного становища окремих підприємств та галузей в цілому. Одним з актуальних шляхів зниження таких ризиків є переорієнтація на цифрову економіку шляхом впровадження моделей цифрового менеджменту в контексті забезпечення кіберстійкості управлінських та виробничих бізнес-процесів.

Впровадження у бізнес цифрових технологій передбачає:

– конвертування інформації з паперових на інших носіїв у цифровий формат з метою забезпечення зручності використання в комп'ютерних системах;

– переведення операцій, функцій бізнесу, комунікацій, процесів та бізнес-моделей у цифрову площину, що забезпечує можливість поєднання традиційних функцій бізнесу з цифровими [11].

Процес формування соціальної відповідальності в контексті діджиталізації бізнесу має базуватися на прозорості та обліку дій. Вимогами до інформації є: своєчасність, обґрунтованість, чіткість та об'єктивність. Щодо головних інформаційних зон, то можна виділити наступні:

– доступність інформації (забезпечення доступу до інформації стейкхолдерам з метою надання можливості оцінювати вплив рішень і дій на їх власні інтереси);

– етичність поведінки (побудова поведінки бізнесу на основі доброчинності та доброчесності);

– повага до інтересів зацікавлених сторін;

– дотримання норм верховенства права;

– дотримання міжнародних стандартів поведінки.

Діджиталізація бізнесу створює додаткову цінність компанії, додаткові конкурентні переваги – необмежені можливості комунікацій, продажу, залученні спеціалістів, брендингу, контролінгу, доступ до цифрових баз даних та інше.

На процес формування соціальної відповідальності в умовах діджиталізації бізнесу мають вплив як зовнішні, так внутрішні фактори, частина яких має загрозливий характер. До зовнішніх загроз можна віднести наступні:

– турбулентність політичного та економічного середовища;

– відсутність стандартів щодо застосування цифрових технологій;

– недостатня інформаційна безпека;

– недостатній рівень розвитку інфраструктури;

– відсутність спеціальних заходів щодо підтримки підприємств з боку держави;

– впровадження цифрових технологій потребує значних капіталовкладень, які наразі є обмеженими;

До внутрішніх загрозливих факторів належать:

– висока вартість проектів цифрових технологій;

– висока вартість експлуатації систем, що використовують цифрові технології;

– невідповідність працівників до переходу на цифрові технології;

– альтернатива ведення бізнесу без впровадження цифрових технологій.

Особливо відчутний вплив внутрішні загрозливі фактори мають на підприємства малого та середнього бізнесу.

Але, як вже зазначалось, реалії сьогодення, тривала пандемія та ведення бойових дій на території України, що в багатьох випадках ускладнює або ж і унеможлиблює ведення бізнесу в традиційному форматі, змусило бізнес адаптуватися та трансформувати бізнес-моделі у віртуальний простір та забезпечувати соціальну відповідальність бізнесу з врахуванням зазначених трансформаційних процесів.

**Висновки.** Таким чином, підсумовуючи результати проведеного дослідження, можемо стверджувати, що формування норм соціальної відповідальності в контексті діджиталізації бізнесу відбувається згідно з новими викликами сталого розвитку. Реалії сьогодення обумовили гостру необхідність переходу бізнесу в Інтернет-середовище та підвищення інтересу до можливості забезпечення віддаленого доступу та мобільності бізнес-процесів, в цій площині також зростає значення впровадження та реалізації принципів соціальної відповідальності бізнесу, що впливає на формування інноваційності та конкурентоспроможності бізнесу.

Складна економічна, політична та епідеміологічна ситуація як національного, так і міжнародного масштабу, виступає одночасно і каталізатором діджиталізації бізнесу та дотримання в даній площині принципів та стандартів соціальної відповідальності, і факторами, що суттєво ускладнюють розвиток даного процесу.

### Література

1. ISO 26000:2010(en) Guidance on social responsibility. ISO. URL: [https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std: iso:26000:ed-1:v1:en](https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en)
2. ДСТУ ISO 26000:2019 Настанови щодо соціальної відповідальності (ISO 26000:2010, IDT). URL: [http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id\\_doc=91617](http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=91617)
3. Біла С. О. Соціальна відповідальність бізнесу. *Велика українська енциклопедія*. URL: <https://vue.gov.ua>
4. Бойко О. Соціальна відповідальність бізнесу у період воєнного стану. Європейська Бізнес Асоціація (25.03.2022). URL: <https://eba.com.ua/sotsialna-vidpovidalnist-biznesu-u-period-voyennogo-stanu/>
5. Мартинюк О.А. Вплив діджитал-технологій на розвиток соціальної відповідальності бізнесу. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. 2020. №4 (50). С. 78-86.
6. Михайлишин Н.П., Романів С.Р. Концепція створення спільної цінності: новий погляд на формування цінностей компанії. *Економіка та суспільство: Електронне наукове фахове видання*. 2016. № 2. С. 312-317. URL: [http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2\\_ukr/56.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2_ukr/56.pdf)
7. Кицюк І.В. Корпоративна соціальна відповідальність та конкурентні переваги бізнесу в глобальному економічному середовищі. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2020. №2 (113). С. 15-20.

8. Кицюк І.В. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на інноваційність та конкурентоспроможність бізнесу. *Маркетинг та менеджмент у фокусі викликів нової економіки: матеріали міжнародної науково-практичної конференції*. Ужгород, 2018. 26-28 квітня. С. 383-386.
9. Цілі сталого розвитку і бізнес. Представництво ООН в Україні: офіційний сайт. URL: <http://sdg.org.ua/ua/sdgs-and-business>
10. Corporate Social Responsibility & Responsible Business Conduct. European Commission: веб-сайт. URL: [http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility\\_en](http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility_en)
11. Digitization, digitalization and digital transformation: the differences. I-scoop. URL: <https://www.i-scoop.eu/digitization-digitalization-digital-transformation-disruption>

### References

1. ISO 26000:2010(en) Guidance on social responsibility. ISO. URL: [https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std: iso:26000:ed-1:v1:en](https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en)
2. DSTU ISO 26000:2019 Nastanovy shchodo sotsialnoi vidpovidalnosti (ISO 26000:2010, IDT). URL: [http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id\\_doc=91617](http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=91617)
3. Bila S. O. Sotsialna vidpovidalnist biznesu. Velyka ukrainska entsyklopediia. URL: <https://vue.gov.ua>
4. Boiko O. (2022). Sotsialna vidpovidalnist biznesu u period voiennoho stanu. Yevropeiska Biznes Asotsiatsiia. URL: <https://eba.com.ua/sotsialna-vidpovidalnist-biznesu-u-period-voyennogo-stanu/>
5. Martyniuk O.A. (2020). Vplyv didzhytal-tekhnologii na rozvytok sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu. *Ekonomika: realii chasu. Naukovyi zhurnal*. №4 (50). S. 78-86.

6. Mykhailyshyn N.P., Romaniv S.R. (2016). Kontsepsiia stvorennia spilnoi tsinnosti: novyi pohliad na formuvannia tsinnosti kompanii. *Ekonomika ta suspilstvo: Elektronne naukove fakhove vydannia*. № 2. S. 312-317. URL: [http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2\\_ukr/56.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2_ukr/56.pdf)
7. Kytsiuk I.V. (2020). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist ta konkurentni perevahy biznesu v hlobalnomu ekonomichnomu seredovyshchi. *Derzhava ta rehiony. Serii: Ekonomika ta pidpriemnytstvo*. №2 (113). S. 15-20.
8. Kytsiuk I.V. (2018). Vplyv korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti na innovatsiini ta konkurentospromozhnist biznesu. *Marketynh ta menedzhment u fokusi vyklykiv novoi ekonomiky: materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii*. Uzhhorod, 26-28 kvitnia. S. 383-386.
9. Tsili staloho rozvytku i biznes. *Predstavnytstvo OON v Ukraini: ofitsiinyi sait*. URL: <http://sdg.org.ua/ua/sdgs-and-business>
10. Corporate Social Responsibility & Responsible Business Conduct. European Commission: veb-sait. URL: [http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility\\_en](http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility_en)
11. Digitization, digitalization and digital transformation: the differences. I-scoop. URL: <https://www.i-scoop.eu/digitization-digitalization-digital-transformation-disruption>