

communities regarding the legal regulation of the activities of local governments and contributes to the achievement of one of the main goals of the Spanish Constitution – preserving the territorial integrity of the state.

Keywords: *Constitution, Constitution of Spain, local self-government in Spain, models of local self-government, constitutional and legal regulation, reform of local self-government, decentralization of power, separation of powers, forms of interaction of local self-government bodies with state and regional authorities, municipal system, local democracy.*

УДК 342.15, 342.7

DOI 10.31558/2786-5835.2025.1.6

Щербатюк Ірина Олександрівна,

*заступник директора з навчально-виховної роботи
Волинського інституту імені В'ячеслава Липинського «МАУП»
<https://orcid.org/0009-0008-5943-6104>*

Пирого Сергій Степанович,

*доктор юридичних наук, доцент, професор кафедри права
Волинського інституту імені В'ячеслава Липинського «МАУП»
<https://orcid.org/0000-0002-7093-3207>*

КОНСТРУКТИВНІ ТА МОРАЛЬНІ НОРМАТИВИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

У статті досліджено моральні цілі бізнесу та належні відносини між бізнесом і суспільством з наголосом на правах людини та сталому розвитку. Розглянуто два типи норм поведінки для учасників відносин, особливо для корпоративного суб'єкта: морально нейтральні, які не ґрунтуються на етичних стандартах; морально змістовні, які ґрунтуються на них. Норма як соціальне очікування поведінки може базуватися або не базуватися на етичному стандарті. Різниця між конструктивними та моральними нормами поведінки визначається тим, що останні базуються на етичних принципах правильного і неправильного, а не на бажанні чи культурних очікуваннях. Наявність морального обов'язку покладає соціально обумовлену або етично обов'язкову відповідальність у корпоративно соціальній відповідальності. Норми як моральні імперативи є більш зобов'язуючими або обов'язковими для дотримання, ніж норми, які не мають моральної основи. Водночас існують моральні порушення, які завдають соціальної шкоди, хоча поведінка суб'єкта формально є законною. Однак і самі закони можуть бути аморальними, що змушує зацікавлені сторони спонукати корпоративних суб'єктів порушувати їх як позитивні дії щодо КСВ. У таких випадках судова заборона робити правильні речі переважає конструктивну вимогу дотримуватись закону. Розвиток сфери КСВ включає: стратегічні / економічні теорії, зосереджені на створенні багатства; інституційні теорії роблять наголос на сферах права людини та сталому розвитку; теорія зацікавлених сторін звертає увагу на структури зацікавлених сторін, включно з відносинами з ними.

Взаємодія між бізнесом і суспільством є динамічною та розвивається з часом і може мати такі наслідки: обидва сектори виграють, створюючи спільну цінність; бізнес досягає занадто великої влади в управлінні процесом державної політики, зводячи нанівець вигоди суспільства або навіть завдаючи збитків йому; недотримання правових, нормативних чи етичних обмежень призводить до негативної КСВ; обидва сектори програють, коли програми та проекти КСВ зазнають невдачі; внаслідок комбінованих провалів бізнесу та уряду обидва сектори стають неефективними – і страждає вся соціально-економічна система.

***Ключові слова:** корпоративна соціальна відповідальність, права людини, сталий розвиток, моральні цілі, конструктивні норми, моральні норми.*

Постановка проблеми. Зобов'язання бізнесу щодо прав людини та корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) є двома тісно пов'язаними концепціями, що визначають відповідальну поведінку компаній у сучасному світі. Хоча вони мають дещо різні акценти, повага до прав людини все частіше розглядається як фундаментальний елемент і невід'ємна частина ширшої концепції КСВ. Корпоративна соціальна відповідальність – це концепція, відповідно до якої компанії добровільно інтегрують соціальні та екологічні аспекти у свою бізнес-діяльність та взаємодію із зацікавленими сторонами (стейкхолдерами). Головна ідея КСВ полягає у тому, що бізнес несе відповідальність не лише за отримання прибутку, але й за позитивний вплив на суспільство.

Зобов'язання бізнесу щодо прав людини, з іншого боку, більш конкретно фокусуються на обов'язку компаній поважати права людини в усіх аспектах своєї діяльності. Це означає, що підприємства повинні уникати порушень прав людини, а також усувати негативні наслідки для прав людини, які можуть бути спричинені їх діяльністю, продукцією чи послугами, навіть якщо держава не виконує в належний спосіб свої обов'язки щодо захисту прав людини.

Ключовий зв'язок між цими двома поняттями полягає в тому, що повага до прав людини є базовим рівнем соціально відповідальної поведінки бізнесу. Багато аспектів КСВ, як-от справедливі умови праці, недискримінація, безпека та здоров'я на робочому місці, безпосередньо впливають із міжнародно визнаних прав людини, зокрема: Керівні принципи ООН з питань бізнесу та прав людини (UNGPs) [1] та Стандарт ISO 26000 «Настанови щодо соціальної відповідальності» [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концепція корпоративної соціальної відповідальності «по суті заперечується» аж до найпростіших припущень щодо мети (цілей) бізнесу та функціонування інституцій. Не існує узгодженої основи теорій фірм, ринків, урядів і відносин між бізнесом і суспільством, на яких можна було б дослідити та визначити директивні вказівки для менеджерів і зацікавлених сторін. Існує кілька конкуруючих поглядів, які включають економіку, етику, право, благодійність, зацікавлені сторони та сталий розвиток. Точаться дебати щодо термінології, чи є громадянство та корпоративна соціальна ефективність кращими побудовами, ніж класична КСВ. Існують розбіжності між науковцями та практиками, особливо щодо добробуту акціонерів проти зацікавлених сторін або КСВ на противагу орієнтації на сталий розвиток. Проте КСВ є важливою основою науки про бізнес і суспільство [3] і, зрештою, стосується моральних цілей бізнесу та належних відносин між бізнесом і суспільством [4].

Стратегічні / економічні теорії зосереджуються на КСВ як інструменті створення багатства та виконанні основних зобов'язань перед акціонерами; «створення спільної цінності» пов'язує цілі акціонерів і суспільства; інституційні структури все більше наголошують на правах людини та сталому розвитку; теорії зацікавлених сторін тепер визначають як «відповідальний капіталізм», уникаючи терміна КСВ. Усі ці та інші перспективи підходять під ту саму парасольку, не втрачаючи значення КСВ [5].

Мета статті стосується аналізу конструктивних і моральних нормативів КСВ, відповідальності бізнесу за його вплив на суспільство та окреслення стратегії розвитку КСВ у сфері прав людини та сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу. Хоча КСВ можна адаптувати для будь-якої проблеми, канонічне ядро має бути стабільним і узагальненим елементом конструкції. Таке ядро складається з чотирьох елементів:

1. Корпоративний суб'єкт у КСВ – це колективна структура, яка визнана здатною виражати позицію (заяви про схвалення / несхвалення) і діяти. Публічні корпорації і приватні підприємства є «корпоративними учасниками», однак мають різний ступінь дискреції, що встановлює різні параметри їх дій щодо КСВ.

2. Відношення корпоративного суб'єкта до інших суб'єктів, зазвичай однієї чи кількох зацікавлених сторін або суспільства загалом, а також до природного середовища чи будь-якого компонента навколишнього середовища.

3. Неморальні (конструктивні) норми – це конкретні нормативні очікування, які визначають авторитетні або дозвольні норми поведінки для учасників відносин, особливо для корпоративного суб'єкта. Бувають два типи норм: морально нейтральні, які не ґрунтуються на етичних стандартах; морально змістовні, які ґрунтуються на них. «Конструктивні» норми наказують будувати поведінку, керуючись стандартами, не посиляючись на правильні та неправильні судження.

4. Моральні (заборонні) норми вимагають почати або припинити певну поведінку. Судові заборони є вищими за конструктивні норми: вони базуються на етичних принципах правильного і неправильного, а не на бажанні чи культурних очікуваннях.

Різниця між конструктивними та судовими заборонами є важливою. Норма – це лише соціальне очікування щодо поведінки, яке може базуватися або не базуватися на етичному стандарті [6]. Наприклад, неморальним нормативним стандартом може бути такий: очікується, що корпоративні суб'єкти вносять 2 % прибутку до оподаткування на благодійність. Немає етичних стандартів, які б диктували 2 % або взагалі передбачали внески на благодійність. Благодійність у цьому контексті є юридичним, а не етичним терміном. Навпаки, моральний нормативний стандарт може бути таким: корпоративні суб'єкти мають моральний обов'язок робити внески у благодійні організації та інших суб'єктів, які покращу-

щують добробут суспільства. Така відповідальність у КСВ є соціально обумовлена або етично обов'язкова.

Поняття норми включає три компоненти: еталонну вказівку або стандарт, який може бути моральним і неморальним; неявні або явні, але вимогливі норми щодо того, що очікується; повноваження діяти.

Судові заборони (моральні) домінують над конструктивними (неморальними) нормами. Норми, складені як моральні імперативи, є більш зобов'язуючими або обов'язковими для дотримання, ніж норми, які не мають моральної основи. КСВ, яка явно містить моральну заборону, має назву Моральна КСВ (CSRM). CSRM зазвичай включає норми, що визначають і скеровують встановлену поведінку, а також посилення на моральні міркування, що підтримують такі дії. Взяті самі собою норми, пов'язані з неморальними керівними стандартами, звичайно, є конструктивними нормами. Після того, як моральне обґрунтування додається або встановлено як орієнтир, норма стає судовою заборонаю.

Аналіз норм визначає основні способи пізнання або розуміння сфери КСВ. Норми можуть бути нормативними (складатися з конструктивних чи судових заборон) або наративними (складатися з логічних або спостережних описів). Якщо переважають нормативи, ми визначаємо, чи є вони конструктивними, чи заборонними. Логічні описи містять або подібні до закону відношення, як-от кореляційні пропозиції або причинно-наслідкові зв'язки. Типологічні описи стосуються сортування – списки або типології.

Теорія зацікавлених сторін відповідає канонічному ядру КСВ. Усі теорії зацікавлених сторін містять принаймні одного корпоративного суб'єкта і характеризують структурні відносини із зацікавленими сторонами та/або з громадою та природним середовищем та/або з іншими соціальними суб'єктами. Залежно від версії теорії зацікавлених сторін, вона часто містить певні (зазвичай неморальні) нормативні вказівки, покладені на відносини зацікавлених сторін. Звичайно, бажано, щоб менеджери впроваджували інновації, працювали ефективно та результативно і приносили користь зацікавленим сторонам. Складність полягає в тому, що підхід до стейкхолдерів має включати «суспільство» в більш широкому сенсі, а не діяти у вузькому сенсі як різновид стратегічного управління, у якому логіка методологічного індивідуалізму застосовується до стейкхолдерів, які об'єднують окремих осіб (наприклад, клієнти, співробітники, менеджери та власники). Моральна поведінка не обмежується індивідуальними стосунками. Відносини із зацікавленими сторонами можуть поширюватися на діяльність різноманітних елементів у суспільстві загалом, а також на природне середовище [7].

Теорії довіри, надійності та заповітів надають приклади підходів до КСВ, які спираються на конструктивні (неморальні) нормативи, як і поняття «репутація». Теорія довіри – це спосіб виявлення підстав довіри зацікавлених сторін до фірми та її керівництва [8].

Політична концепція КСВ має відношення до питань управління, відповідальності бізнесу за просування поточних демократичних ідеалів для отримання колективних суспільних благ шляхом надання суспільних (соціальних) благ для компенсації дефіциту у державному забезпеченні. Відповідальність бізнесу передбачає ефективність, оскільки проблеми з невідповідністю державних послуг впливають на ефективність бізнесу, а також на приватне надання необхідних послуг зацікавленим сторонам, які недостатньо обслуговуються. Політична КСВ – це питання розроблення КСВ, керованого стандартами, визначення обов’язків щодо надання послуг і покладання відповідальності за реалізацію.

Політика управління стосується соціальної / правової безвідповідальності (порушення соціальних норм або стандартів та/або етичних норм; порушення закону). Запобігання безвідповідальній поведінці є важливішим за сприяння позитивній громадянській поведінці, оскільки безвідповідальні дії можуть завдати серйозної шкоди іншим. Безвідповідальна поведінка включає порушення моральних принципів та пряме порушення закону (кримінального чи цивільного). Існують моральні порушення, які завдають соціальної шкоди, хоча поведінка суб’єкта формально є законною [9]. «Агресивне» корпоративне ухилення від сплати податків, хоча і є законним, водночас є соціально безвідповідальним, оскільки позбавляє державні органи необхідного доходу, потребує навмисного та неекономічного маніпулювання та передбачає небажане лобіювання для впливу на податкову політику. Немає морального обов’язку сплачувати більше податків, ніж вимагається законом, а ухилення від сплати податків треба збалансувати зі здатністю суб’єкта максимізувати прибуток, тобто сплата податків задовольняє конструктивну (неморальну) норму, яка вимагає просто дотримуватися загальних стандартів.

Моральна безвідповідальність [7] стосується здебільшого порушень корпоративними суб’єктами норм етики. Звичайно, закони та нормативні акти можуть ґрунтуватися на моральних принципах, але настільки неявно, що порушення законодавства швидше характеризуються як порушення конструктивних, а не судових заборон. Часом самі закони можуть бути аморальними, що змушує зацікавлені сторони спонукати корпоративних суб’єктів порушувати їх як позитивні дії щодо КСВ. У таких випадках судова заборона робити правильні речі переважає конструктивну вимогу дотримуватись закону.

КСВ та економічна відповідальність частково об’єдналися з корпоративною соціальною та екологічною відповідальністю, що призвело до постійного перегляду підходів корпоративного управління та ширших довірчих функцій організації управління, які виходять далеко за межі дискусійного припущення про пріоритет акціонерів. Тягар, покладений на агентів, які виконують дискреційні функції, сильно залежить від вибору, зробленого в агентстві [10] (чи то

стосовно природного середовища, колективу корпорації чи спільної опіки бенефіціарів з обмеженими можливостями), є надзвичайним і виходить за межі правового до морального вибору.

Глобальний договір ООН щодо Цілей сталого розвитку (ЦСР) був добровільною угодою для заохочення КСВ. Останнім часом ООН розробляє норми для підвищення підзвітності бізнесу. Інституційні норми для бізнесу і прав людини (BHR) та ЦСР стануть обов'язковими вимогами через національні закони, активність зацікавлених сторін та судові процеси правовласників. Мета цих інституційних розробок включає підзвітність бізнесу (заміну добровільної відповідальності) та компенсацію або відшкодування як від підприємств позивачам, так і від розвинених країн до країн, що розвиваються. BHR виходять за межі відповідальності держави за захист і корпоративної відповідальності за посилення засобів правового захисту проти бізнесу [11]. Можливі три сценарії майбутнього: BHR і CSR співіснують; CSR кооптує BHR; BHR замінює CSR [12]. Ця перспектива може розширитися до загальних очікувань щодо політичної відповідальності [13].

Теорія помітності зацікавлених сторін [14; 15] пропонує логічний опис різних типів зацікавлених сторін відповідно до їх легітимності, влади та/або термінових претензій. Мета полягає в тому, щоб запропонувати, як керівники бачать різні зацікавлені сторони, а не те, як вони повинні дивитися на них. Теорію помітності можна було б поширити на сферу судових заборон, але поки що вона не була настільки поширена.

Хоча чотирирівнева піраміда КСВ Керролла [16] була загальновизнана, природа та ієрархія шарів (економічного, правового, етичного та дискреційного / філантропічного) залишаються предметом суперечок. Одним із питань є точне визначення ролі етичного шару. Керролл чітко пояснив, що всі шари пронизані мораллю, і моральні менеджери поведуться краще, ніж аморальні [17]. Цей «моральний» акцент може бути пов'язаний із сучасною концепцією функціонування «моральних ринків» без негативних зовнішніх ефектів. П. Дж. Зак [18], Й. С. Канг та Д. Жд. Вуд [19] інвертували піраміду так, щоб етичний шар став базовим; за ним ідуть правовий та соціальний шари, а потім економічний шар. Вони припускають, що економічна функція бізнесу не є первинною, а радше залежить від виконання бізнесом спочатку моральних, правових та соціальних обов'язків [20]. До того ж роль філантропії трактується як дискреційна дія у широкому сенсі. Шварц і Керролл запропонували непірамідальну, тривимірну конструкцію сортування, яка повністю виключає філантропію (модель VBA) [21]. Багато моделей цього типу не пропонують пояснень чи генеративних теорій, що керуються моральними гарантіями, а багато з них взагалі не мають нормативних рушійних сил.

Класична теорія зацікавлених сторін Р. Е. Фрімена [22, с. 25] є яскравим прикладом наративу, побудованого на спостережливих описах різних зацікавлених сторін відповідно до їх первинних відносин із корпоративним суб'єктом. Існує неявна конструктивна вимога «збалансувати потреби зацікавлених сторін», але середовище корпорації складне та мінливе, де різні зацікавлені сторони мають різні, а іноді й конкуруючі інтереси в діях та результатах корпорації.

З описових наративів різних режимів ми можемо визначити та порівняти такі політики: прийняття Індією статуту про КСВ (2013), який зобов'язує підприємства витрачати кошти на КСВ; просування політики КСВ скандинавськими країнами; зміна Європейською Комісією [23, с. 6] визначення КСВ від зацікавлених сторін та сталого розвитку до «відповідальності підприємства за свій вплив на суспільство».

Майбутня теорія повинна включати взаємоплідну взаємодію між чотирма ключовими вимірами, які були важливими у вивченні КСВ:

- (а) економічна теорія фірми, що працює в умовах ринкової економіки;
- (б) стратегічна теорія взаємодії бізнесу із зацікавленими сторонами;
- (в) інституційне середовище, у якому працює бізнес;
- (г) етичні (моральні) та громадянські обов'язки бізнесу.

У дослідженнях КСВ ці чотири виміри частково перетинаються, а частково є незалежними. Наукові дослідження можуть відбуватися в межах кожного виміру окремо або між будь-якими двома чи більше вимірами [24]. Можна уявити чотири паралельні потоки досліджень з переходами або мостами між ними, які можна використовувати для посилення інтеграції. Ідеалом є взаємозалежна взаємодія між усіма чотирма вимірами.

Дослідження бізнесу та суспільства в основному стосується наукового опису як бізнесу, так і суспільства, а також призначення покращень в обох сферах та в їх відносинах. Покращення, звичайно, відносні до поточного стану та майбутніх цілей і керовані конструктивними або судовими заборонами. Модель розглядає бізнес і суспільство як сектори ідеального типу, значущі колективні підрозділи з ідентифікованими характеристиками, моделями поведінки та результатами взаємодії.

Альтернативні перспективи взаємодії можуть виникати між попитом суспільства на КСВ та пропозицією бізнесу у конституційному устрої. Цей зв'язок складний: потреби суспільства морально та структурно переважають потреби бізнесу, оскільки бізнес вбудований у більше суспільство, але бізнесу потрібна ринкова свобода (тобто достатня свобода рішень та дій) для виконання своєї ролі для суспільства. Бізнес зобов'язаний робити внесок у економічні показники (продукти та робочі місця) етично та законно, тоді як суспільство встановлює норми, за якими оцінюється внесок бізнесу.

Дихотомічні змінні представляють логічні результати взаємодії бізнесу та суспільства з погляду чистого прибутку або збитку для кожного сектору. Для суспільного сектору прибутки та збитки являють собою покращення або погіршення соціального добробуту відповідно. Для бізнес-сектору прибутки та збитки можна розглядати з погляду фінансових результатів та/або нематеріальних активів, як-от добра репутація.

Взаємодія між бізнесом і суспільством є динамічною та розвивається з часом. Відповідні чисті прибутки / збитки секторів можуть переходити з одного сектору до іншого, а короткострокові та довгострокові результати для конкретного розподілу прибутку / збитку можуть дуже відрізнятися за впливом та інтенсивністю. Відповідно до короткострокових та довгострокових моделей діяльності можливі такі результати:

1. «Робити добро та досягати успіху» формує «ідеальні» відносини між бізнесом і суспільством – обидва сектори виграють. Вчені визначають стратегічну / економічну перспективу КСВ, що передбачає прагнення підприємства до отримання прибутку та здійснення соціальних внесків, особливо тих, які збільшують (або стабілізують) прибуток. Група зацікавлених сторін (як-от споживачі) охоче платить за бажану КСВ, приносячи користь суспільству, зберігаючи прибуток принаймні постійним і «створюючи спільну цінність» та інші «виграшні» підходи, за яких бізнес може отримувати прибуток (або принаймні не програвати), одночасно вирішуючи соціальні проблеми.

2. «Треба робити добро, навіть якщо це шкодить»: КСВ та належне громадянство коштують дорого для бізнесу, але підвищують соціальний добробут. Корпоративне громадянство наголошує на поведінці «належного громадянина» для бізнесу, як-от дотримання нормативних вимог, законослухняні дії та сплата справедливої частки податків, що є короткостроковими напрямками діяльності.

Добрі корпоративні громадяни можуть брати участь у відповідній діяльності у сфері зв'язків з громадськістю; вони можуть лобіювати та брати участь у політичному процесі в межах законодавства. Великі фірми «мають значну владу впливати на правила гри» [25, с. 113]. Однак приписи щодо зв'язків з громадськістю є проблематичним розширенням міркувань корпоративного громадянства; якщо бізнес досягне занадто великої влади в управлінні процесом державної політики, вигоди суспільства можуть бути зведені нанівець або навіть перетворені на збитки.

У найкращому випадку бізнес зосереджується на правах людини. КСВ, що ґрунтується на моральних принципах, наголошує, що захист прав людини – єдиний спосіб діяти далі: незалежно від витрат, фірми повинні уникати заподіяння шкоди. Хоча така поведінка корпоративного громадянства може бути і часто є корисною для суспільства, вона дорого коштує бізнесу і може призвести або не

призвести до бізнес-вигод згодом. До того ж існують довгострокові ризики: наприклад, політичні дії корпорацій можуть змінити баланс сил у державній політиці надто вигідно для бізнесу, який прагне зменшити або усунути витрати на КСВ, а корпоративна філантропія може призвести до надмірного контролю над некомерційними організаціями та можливого спотворення їх місій. Суспільство може зіткнутися з політичною КСВ, ризикуючи наданням бізнесу занадто великої влади, та перенаправити номінально демократичні, суспільно корисні рішення на користь недемократичної організації.

3. Суспільство програє – корпоративна безвідповідальність призводить до негативної КСВ. Деякі дії КСВ є ненавмисними або результатом недбалості чи саботажу, але більшість є навмисними діями, спрямованими на скорочення витрат та збільшення прибутку в короткостроковій перспективі шляхом недотримання правових, нормативних чи етичних обмежень. У довгостроковій перспективі така поведінка є потенційно небезпечною для обох секторів та для самого капіталізму, зміщуючи взаємодію бізнесу та суспільства до екстремальної довгострокової ситуації.

4а. «Гарна спроба, але погані наслідки»: Обидва сектори програють, коли програми та проекти КСВ зазнають невдачі. Невдалі зусилля КСВ дорого коштують бізнесу з погляду втрачених ресурсів та, можливо, втраченої доброї волі в короткостроковій перспективі, а також можуть призвести до зниження соціального добробуту через непередбачувані наслідки. Однак зусилля бізнесу швидко навчаться показують, що такі невдачі не обов'язково мають бути катастрофічними; компанії можуть адаптуватися та коригуватися, навчаючись на помилках та пробуєючи знову з кращим планом. Зрештою, здатність до інновацій та адаптації є класичною заявленою перевагою ринкових систем. Але невдачі бізнесу здебільшого породжують протилежну активність, спрямовану на покращення цих невдач та спробу отримання суспільних вигод.

4б. Взаємно гарантоване знищення – комбіновані провали бізнесу та уряду. Коли і бізнес, і суспільство згодом програють від своєї взаємодії, обидва сектори стають неефективними, внаслідок чого страждає вся соціально-економічна система. Суспільство через уряд може запровадити неналежне або надмірне регулювання та/або оподаткування, щоб спробувати компенсувати свої втрати. Як уряд, так і інші зацікавлені сторони можуть втратити здатність забезпечувати дотримання норм і законів, що стосуються ведення бізнесу. Зрештою, може не залишитися сектору, який би забезпечував суспільні блага, і не буде стимулів для цього. Провали в довгостроковій перспективі можуть призвести до крайніх наслідків, як-от зміна режиму або крах самого капіталізму.

Результати 3 та 4б представляють дві основні небажані альтернативи ідеальним та прийнятним результатам відносин між бізнесом і суспільством 1 і 2. В одному з варіантів фірми поведуться безвідповідально, отримуючи прибуток від

навмисного або недбалого заподіяння шкоди, як-от негативні зовнішні ефекти зацікавленим сторонам та суспільству. Відповідне регулювання, штрафи та оподаткування можуть компенсувати шкоду: суспільство виграє від заподіяння законних збитків бізнесу. В іншому варіанті, ринкова економіка – навіть за умови належного регулювання та оподаткування – може досягти певних обмежень щодо того, що бізнес може і не може робити, наприклад, забезпечення екологічної стійкості. Існує також ризик надмірного або іншого неналежного регулювання та оподаткування, що призводить до провалу уряду. Коли ринковий провал та провал уряду відбуваються разом, існує серйозний ризик взаємозамінного руйнування.

Бажана структура взаємодії між бізнесом і суспільством полягала б у тому, щоб підтримати практику бізнесу щодо дотримання законодавства, соціальної відповідальності та філантропії як належного корпоративного громадянства, забезпечити відповідні стимули для бізнесу, щоб він явно уникав негативних зовнішніх ефектів, та заохотити навчання та адаптацію проектів КСВ, уникаючи катастрофічних наслідків. Ідеальна взаємовигідна корпоративна соціальна ефективність виникає в межах капіталістичної ринкової економіки, яка є прийнятно ефективною в розподілі капіталу та прийнятно справедливою в розподілі результатів.

Висновки. Бізнес і права людини та корпоративна соціальна відповідальність – це галузі знань та досліджень, які сформувалися під впливом ролі багатонаціональних підприємств у суспільстві та досліджують цю роль. Розуміння цього взаємозв'язку в бізнес-практиці залишається нечітким та недостатньо дослідженим. Галузі та дисципліни, пов'язані з покращенням соціального добробуту, зазвичай конкурують, а не взаємодоповнюють одна одну. Підхід до відродження можливий шляхом чіткого визначення морального змісту (або його відсутності) корпоративної соціальної ефективності, корпоративного громадянства та інших поширених способів у цій сфері. Моральне управління, стратегічно-економічний особистий інтерес, інституційні рамки та співпраця зацікавлених сторін повинні розглядатися як взаємозалежні, щоб забезпечити етичне керівництво для менеджерів та заявників. Вічне питання про те, хто виграє, а хто програє у взаємодії бізнесу та суспільства, породжує кілька реальних та потенційних досліджень КСВ, від взаємної вигоди для секторів до взаємного та системного руйнування. Фундаментальна проблема відносин між бізнесом і суспільством полягає в узгодженні власних інтересів, колективних інтересів, соціальної влади та співпраці зацікавлених сторін для більш ефективного та результативного покращення соціального добробуту.

Описові підходи показують поточний стан речей, але кінцева мета передбачає обґрунтування того, як відносини між бізнесом і суспільством можуть бути більш взаємовигідними та, зрештою, морально бажаними. Інакше кажучи, треба прагнути пояснити, як змінити інститути бізнесу та суспільства, щоб вони створили більш справедливий, гуманний та морально бажаний світ.

Список використаних джерел

1. Human Rights Council, 'Guiding Principles on Business and Human Rights: Implementing the United Nations "Protect, Respect and Remedy" Framework' (Guiding Principles), A/HRC/17/31 (21 March 2011).
2. ISO 26000:2010 Standard Guidelines on Social Responsibility. Switzerland: International Organization for Standardization.
3. Carroll, A. B. (2015). Corporate social responsibility: The centerpiece of competing and complementary frameworks. *Organizational Dynamics*. Vol. 44(2). P. 87–96. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2015.02.002>
4. Business Roundtable (2019, August 19). Business roundtable redefines the purpose of a corporation to promote «an economy that serves all Americans». URL: <https://www.businessroundtable.org/business-roundtable-redefines-the-purpose-of-a-corporation-to-promote-an-economy-that-serves-all-americans>
5. Donaldson, T. (2021). How values ground value creation: The practical inference framework. *Organization Theory*. Vol. 2(4). P. 1–27. <https://doi.org/10.1177/26317877211036712>
6. Durand, R., Hawn, O., Ioannou, I. (2019). Willing and able: A general model of organizational responses to normative pressures. *Academy of Management Review*. Vol. 44. P. 299–320. <https://doi.org/10.5465/amr.2016.0107>
7. Frederick, W. C. (1995). *Values, nature and the American corporation*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780195094114.001.0001>
8. Hansen, S. D., Mouritsen, M., Davis, J. H., Noack, D. (2019). Operationalizing stakeholder theory and prioritizing ethics in MBA programs: The utility of a trust approach. *Business and Society Review*. Vol. 124. P. 523–541. <https://doi.org/10.1111/basr.12190>
9. Peifer, J., Winkler, A.-L. P. (2018). The moral mechanisms that drive stakeholder responses to corporate social irresponsibility [Paper presentation]. Academy of Management Annual Meeting. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2018.17617abstract>
10. Mitnick, B. M. (2021). The theory of agency redux. *Academy of Management Discoveries*. Vol. 7. P. 171–179. <https://doi.org/10.5465/amd.2019.0136>
11. Obara, L. J., Peattie, K. (2018). Bridging the great divide? Making sense of the human rights-CSR relationship in UK multinational companies. *Journal of World Business*. Vol. 53. P. 781–793. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2017.10.002>
12. Wettstein F. (2020). The history of «Business and Human Rights» and its relationship with «Corporate Social Responsibility». Deva, S., Birchall, D. (eds.). *Research handbook on human rights and business* (pp. 23–45). Edward Elgar. <https://doi.org/10.4337/9781786436405.00007>
13. Wettstein, F., Schrempf-Stirling, J. (2019). Business, peace, and human rights: A political responsibility perspective. Miklian, J., Alluri, R. M., Katsos, J. E. (eds.). *Business, peacebuilding and sustainable development* (pp. 27–43). Routledge.
14. Mitchell, R. K., Agle, B. R., Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*. Vol. 22. P. 853–886.
15. Wood, D. J., Mitchell, R. M., Agle, B. R., Bryan, L. M. (2021). Stakeholder identification and salience after twenty years: Progress, problems, and prospects. *Business & Society*. Vol. 60. P. 196–245. <https://doi.org/10.1177/0007650318816522>
16. Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*. Vol. 4. P. 497–505.

17. Carroll, A. B. (1995). Stakeholder thinking in three models of management morality: A perspective with strategic implications. *Näsi, J. (ed.). Understanding stakeholder thinking* (pp. 47–74). LSR-Publications.
18. Zak, P. J. (ed.). (2008). *Moral markets: The critical role of values in the economy*. Princeton University Press.
19. Kang, Y. C., Wood, D. J. (1995). Before-profit corporate social responsibility: Turning the economic paradigm upside-down. *Proceedings of the International Association for Business and Society*. Vol. 6. P. 809–829. <https://doi.org/10.5840/iabsproc1995672>
20. Baden, D. (2016). A reconstruction of Carroll's pyramid of corporate social responsibility for the 21st century. *International Journal of Corporate Social Responsibility*. Vol. 1. Article 8.
21. Schwartz, M. S., Carroll, A. B. (2003). Corporate social responsibility: A three-domain approach. *Business Ethics Quarterly*. Vol. 13. P. 503–530. <https://doi.org/10.5840/beq200313435>
22. Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
23. European Commission (2011, October 25). A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility (681 final). URL: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF>
24. Freeman, R. E., Dmytriiev, S. D., Phillips, R. A. (2021). Stakeholder theory and the resource-based view of the firm. *Journal of Management*. Vol. 47. P. 1757–1770.
25. Zingales, L. (2017). Towards a political theory of the firm. *Journal of Economic Perspectives*. Vol. 31(3). P. 113–130. <https://doi.org/10.1257/jep.31.3.113>

Iryna Shcherbatyuk, Serhii Pyroha. Constructive and Moral Normatives of Corporate Social Responsibility

The article examines the moral goals of business and the proper relationship between business and society with an emphasis on human rights and sustainable development. Two types of norms of behavior for participants in relationships, especially for a corporate entity, are considered: morally neutral, which are not based on ethical standards; morally meaningful, which are based on them. A norm as a social expectation of behavior may or may not be based on an ethical standard. The difference between constructive and moral norms of behavior is determined by the fact that the latter are based on ethical principles of right and wrong, and not on desires or cultural expectations. The presence of a moral obligation imposes a socially conditioned or ethically binding responsibility in corporate social responsibility. Norms as moral imperatives are more binding or mandatory for compliance than norms that do not have a moral basis. At the same time, there are moral violations that cause social harm, although the behavior of the subject is formally legal. However, laws themselves can be immoral, leading stakeholders to encourage corporate actors to violate them as positive CSR actions. In such cases, the judicial prohibition of doing the right thing outweighs the constructive requirement to comply with the law. Developments in the field of CSR include: strategic/economic theories focused on wealth creation; institutional theories emphasizing human rights and sustainable development; stakeholder theory focusing on stakeholder structures, including stakeholder relationships.

The interaction between business and society is dynamic and evolves over time and can have the following consequences: both sectors gain by creating shared value; business gains too much power in the management of the public policy process, negating or even harming society; failure to comply with legal, regulatory or ethical constraints leads to negative CSR; both sectors lose when CSR programs and projects fail; as a result of the combined failures of business and government, both sectors become ineffective – and as a result, the entire socio-economic system suffers.

Keywords: corporate social responsibility, human rights, sustainable development, moral goals, constructive norms, moral norms.