

УДК 005.35:330.34

**Попович Т. Г.**, к.ю.н., ст. дослідник,  
Приватний вищий навчальний заклад  
«Інститут екології економіки і права»,  
Київ Україна

## **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ПРАВОСВІДОМОСТІ**

У сучасних умовах трансформації глобальної економіки та правових систем корпоративна соціальна відповідальність бізнесу (Corporate Social Responsibility, CSR) зазнає суттєвих змістовних змін і виходить за межі традиційного розуміння як добровільної етичної ініціативи суб'єктів господарювання. Наразі CSR дедалі частіше розглядається як складний соціально-правовий та інституційний феномен, що функціонує на перетині економіки, права, політики та корпоративного управління, формуючи нові моделі взаємодії між державою, бізнесом і суспільством.

Еволюція підходів до розуміння CSR свідчить про її поступову трансформацію у важливий елемент сучасної регулятивної архітектури, що поєднує інструменти публічного та приватного регулювання. У межах концепції «регулятивного капіталізму» CSR виступає як механізм інтеграції державних норм, корпоративних стандартів, міжнародних рекомендацій та інструментів «м'якого права» (soft law). Такі інструменти включають корпоративні кодекси поведінки, ESG-стратегії, політики комплаєнсу, стандарти ISO та інші добровільні зобов'язання, які фактично виконують регулятивну функцію [1].

Ключовим теоретичним підґрунтям сучасного розуміння CSR є концепція *responsibilization*, що відображає процес перерозподілу відповідальності за управління соціальними, економічними та екологічними ризиками від держави до приватних суб'єктів. У цьому контексті йдеться не лише про делегування окремих функцій, а про глибинну трансформацію самої логіки регулювання, коли відповідальність інституціоналізується як внутрішня характеристика суб'єкта господарювання. Бізнес починає виступати не лише як економічний агент, а як носій соціальних обов'язків, здатний самостійно формувати та реалізовувати стандарти відповідальної поведінки.

Важливе значення у цьому процесі мають корпоративна культура та правосвідомість, які виступають внутрішніми механізмами забезпечення соціальної відповідальності. Саме вони формують систему цінностей, норм і моделей поведінки, що визначають характер управлінських рішень і взаємодії з

різними групами стейкхолдерів [2, с. 4-6]. Інтеграція принципів CSR у корпоративну культуру сприяє формуванню довгостроково орієнтованих моделей управління, що базуються на дотриманні прав людини, екологічних стандартів, принципів доброчесності та етичного ведення бізнесу.

Зростання ролі правосвідомості у сфері CSR свідчить про зміщення акценту з зовнішнього примусу до внутрішньої нормативної інтеграції. Якщо раніше дотримання соціальних стандартів забезпечувалося переважно імперативними нормами права, то сьогодні дедалі більшу роль відіграють добровільно прийняті зобов'язання, корпоративні політики та внутрішні процедури контролю. Це зумовлює формування нової моделі відповідальності, яка має превентивний характер і спрямована на управління ризиками, а не лише на реагування на правопорушення.

Водночас поширення практик CSR має неоднозначний і суперечливий характер. З одного боку, такі механізми сприяють підвищенню гнучкості регулювання, дозволяють оперативніше реагувати на глобальні виклики та залучають бізнес до вирішення суспільно значущих проблем, зокрема у сферах захисту довкілля, забезпечення прав людини та досягнення Цілей сталого розвитку. З іншого боку, існують ризики деполітизації соціальних проблем, коли питання нерівності, екологічних загроз або соціального захисту інтерпретуються як сфера відповідальності окремих корпорацій, а не як предмет публічної політики.

Окремої уваги потребує проблема асиметрії відповідальності, за якої великі транснаціональні корпорації отримують можливість самостійно формувати правила поведінки, що фактично призводить до виникнення елементів «приватного нормотворення» поза межами демократичного контролю [3]. За таких умов існує небезпека формування нерівних умов для різних учасників ринку, а також зниження ефективності механізмів захисту прав і законних інтересів громадян.

Крім того, добровільний характер значної частини інструментів CSR обумовлює ризик їх формалізації та використання виключно як засобу підвищення репутації компаній без реального впливу на соціально-економічні процеси. Ефективність реалізації CSR значною мірою залежить від рівня розвитку корпоративної культури та правосвідомості, а також від наявності дієвих механізмів державного контролю та стимулювання відповідальної поведінки бізнесу.

У цьому контексті особливої актуальності набуває питання визначення оптимального балансу між державним регулюванням і корпоративною саморегуляцією. Такий баланс має забезпечувати, з одного боку, достатню

автономію бізнесу для впровадження інноваційних практик соціальної відповідальності, а з іншого – гарантувати дотримання публічного інтересу, принципів соціальної держави та належного рівня демократичної підзвітності.

Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність у сучасних умовах виступає не лише як етична або управлінська концепція, а як важливий інструмент забезпечення сталого розвитку та елемент нової моделі регулювання, що базується на взаємодії держави, бізнесу та громадянського суспільства.

### Література

1. Попович Т. Г. Стандартизація як засіб регулювання господарської діяльності: монографія. Науково-дослідний інститут приватного права і підприємництва імені академіка Ф. Г. Бурчака Національної академії правових наук України. Київ, 2018. 220 с.
2. Ruggie J. G. Just Business: Multinational Corporations and Human Rights. New York, 2013. 30 p. URL: [https://humanrights.media.uconn.edu/wp-content/uploads/sites/3236/2022/05/2013-UN-Guiding-Principles-for-Business-and-Human-Rights\\_John-Ruggie.pdf](https://humanrights.media.uconn.edu/wp-content/uploads/sites/3236/2022/05/2013-UN-Guiding-Principles-for-Business-and-Human-Rights_John-Ruggie.pdf) (дата звернення 20.04.2026 року).
3. Shamir R. The age of responsabilization: On market-embedded morality. *Economy and Society*. 2008. № 37(1). С. 1-19. DOI:10.1080/03085140701760833.

**Коваль О.М.**, к.ю.н., доцент,  
**Михайлик В.Г.**, здобувачка освіти, БП-22,  
Київський національний університет  
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

## КРИЗА ВЛАСНОСТІ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ: ПРАВОВИЙ АНАЛІЗ ПЕРЕХОДУ ВІД МОДЕЛІ КУПІВЛІ ДО МОДЕЛІ ЛІЦЕНЗУВАННЯ ЦИФРОВОГО КОНТЕНТУ

Фундаментальною основою ринкової економіки, приватного права та соціальної автономії індивіда протягом століть залишалася класична концепція права власності. Традиційна тріада правомочностей – право володіння, право користування та право розпорядження – формувала комплексну систему, яка в англосаксонській правовій доктрині отримала назву "пучка прав" (bundle of rights). Власник фізичного об'єкта, наприклад, друкованої книги, вінілової платівки, автомобіля чи персонального комп'ютера, має беззаперечне і захищене законом право виключати інших осіб з користування цим об'єктом, передавати