

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-13>

УДК 330.34:38.33:658.562

ВИДИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

TYPES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CONTEXT OF ACHIEVING SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Іршак Олеся Степанівна

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри,
Львівський національний університет імені Івана Франка
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1536-8161>

Коломієць Олександр Леонідович

аспірант кафедри,
Національний університет «Львівська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-2352-762X>

Черепанин Андрій Ігорович

аспірант кафедри,
Національний університет «Львівська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-0575-1606>

Irshak Olesya

Ivan Franko National University of Lviv

Kolomiiets Oleksandr, Chepepanyn Andrii

Lviv Polytechnic National University

Наукова стаття досліджує, систематизує та узагальнює існуючі наукові концепції, які покладені в основу існуючих видів КСВ та пропонує сучасну класифікацію видів КСВ, ґрунтуючись на концепції сталого розвитку та досягненні Цілей сталого розвитку. Дослідження, здійснене на основі опрацювання КСВ-практик підприємств, дало змогу виділити п'ять основних видів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), які обґрунтовані прикладами їх успішної реалізації на підприємствах: стале виробництво та споживання, соціальні ініціативи та благодійність, забезпечення корпоративної етики та управління, турбота про співробітників та їх розвиток, а також глобальні ініціативи. Результати дослідження дозволили визначити основні засади імплементації кожного виду КСВ на підприємствах, враховуючи їх вплив на соціальні, економічні та екологічні аспекти діяльності.

Ключові слова: соціальна відповідальність, цілі сталого розвитку, управління, довкілля, співробітники.

In the modern world, practical aspects of corporate social responsibility (CSR) are considered in the context of sustainable development. Enterprises have become important participants in global processes and have an impact on the economy, social sphere, and the environment. The implementation of the CSR's concept allows enterprises to take responsibility for the economic, social, and environmental impact of their activities on society, making it an important tool for achieving Sustainable Development Goals (SDGs). This necessitates research into the types of corporate social responsibility inherent to modern enterprises aimed at ensuring sustainable development and achieving its goals. Establishing a connection between types of CSR and SDGs will enable the clear delineation of the main aspects of the research and determine its theoretical and practical significance, emphasizing the relevance of the research topic and its importance for practical application in the field of business and management. The purpose of the article is to systematize and generalize existing knowledge about types of CSR, propose and justify a list of CSR types based on the concept of sustainable development and taking into account the SDGs. To achieve this goal, the article conducts a comprehensive analysis of scientific approaches to defining and classifying types of CSR. The research, based on the analysis of CSR practices of enterprises, has identified five main types of corporate social responsibility (CSR) substantiated by examples of their successful implementation in enterprises: sustainable production and consumption, social initiatives and philanthropy, corporate ethics and

management, employee welfare and development, and global initiatives. The results of the research have allowed for the identification of the main principles for implementing each type of CSR in enterprises, taking into account their impact on the social, economic, and environmental aspects of their activities. The findings of the study may be useful for managers, researchers, and practitioners interested in the development and implementation of corporate social responsibility strategies in the modern business environment.

Keywords: social responsibility, sustainable development goals, management, environment, employees.

Постановка проблеми. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це концепція, згідно з якою підприємства беруть на себе відповідальність за вплив своєї діяльності на суспільство, економіку та довкілля. Реалізація КСВ передбачає не лише виконання базових вимог у сферах охорони навколишнього середовища та соціально-економічного розвитку, але й активну участь у соціальних проектах, спрямованих на покращення життя співробітників, місцевої спільноти та суспільства в цілому.

Однак реалії сучасного життя та провадження бізнесу виходять далеко за межі одного підприємства, однієї громади чи навіть держави. Світ став глобалізованим, що вимагало встановлення нових правил взаємовідносин задля суспільного добробуту та виживання. І такі правила були ухвалені Глобальним Договором у вересні 2015 р. на Саміті ООН із сталого розвитку та одноставно підтримані 193 державами-членами ООН. Глобальний Договір визначив 17 Цілей сталого розвитку (ЦСР), яких світ планував досягнути до 2030 р. і які є невід’ємною частиною розбудови цивілізованого та демократичного суспільства. Кожна з 17 Цілей пропонує вирішення конкретних та оперативних завдань, які спрямовані на запобігання проблемам соціально-економічного та екологічного характеру, спричинених людською діяльністю. У Договорі прописано: «17 Цілей сталого розвитку (ЦСР) чітко визначають світ, якого ми прагнемо для всіх націй без винятків... Реалізація цих амбіцій потребує безпрецедентних зусиль усіх секторів суспільства – і бізнес має відіграти надзвичайно важливу роль у цьому процесі» [6]. Тобто держави повинні створити умови, а бізнес реалізувати виконання ЦСР шляхом імплементації сталих практик у свої бізнес-моделі та концепції КСВ.

Україна 2017 р. прийняла усі 17 ЦСР та імплементувала їх в державну політику. Сприяння сталому розвитку декларується Україною як пріоритетний напрям і один з головних принципів посилення співпраці з ЄС.

Зважаючи на активну діяльність українських компаній у напрямку сталого розви-

тку та досягнення ЦСР, про що вони активно звітують у публічній нефінансовій звітності, варто розглянути КСВ крізь призму зв'язку із ЦСР і на цій основі класифікувати види КСВ.

Мета статті: систематизувати та узагальнити існуючі знання про види КСВ, запропонувати та обґрунтувати перелік видів КСВ на основі концепції сталого розвитку та з урахуванням Цілей сталого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Активна зацікавленість науковців до проблем сталого розвитку та участі бізнесу у цьому процесі через реалізацію концепції КСВ, відображена у багатьох дослідженнях. З-поміж дослідників варто відзначити праці: Є. Буряка [1], С. Лихолат [19], Г. Хованец [7], В. Євтушенко, І. Жилей, О. Захаркіна, А. Колота [27], О. Кузьміна [18], Г. Миськів [9], С. Сардак, С. Гасаленко [25], Л. Петрашко, Т. Хлевицької, І. Пасінович [9; 18], О. Руденко, О. Кондратюка [24] та інші.

Однак акцентуємо на працях науковців, які досліджували види корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), та розглянемо їх більш детально.

Мазуренко В. П. та Засенко О. Ю., досліджуючи КСВ [20] виділили два основні види соціальної відповідальності: внутрішню і зовнішню, які мають низку обов'язкових характеристик. Зокрема, внутрішня КСВ охоплює безпеку на робочому місці, стабільну і гідну оплату праці, гарантії соціального і медичного страхування для співробітників компанії, надання можливості для додаткового навчання, а також фінансову допомогу в екстрених ситуаціях. Зовнішня КСВ включає спонсорство і корпоративну добродійність, турботу про довкілля, взаємодію з місцевими громадами й владою, відповідальність перед споживачами товарів і послуг.

Веремеєва Т. [12] також виокремила внутрішню та зовнішню КСВ, проте, окрім цього, охарактеризувала складові, які охоплюють ці два види: екологічну, економічну та соціальну. Сардак С. Е. та Гасленко К. С. [25], поділяючи думку щодо існування внутрішнього та зовнішнього видів КСВ, акцентували на дослідженні внутрішнього виду, вважаючи його більш при-

Основну увагу внутрішній КСВ приділив і Коротков Е. М. [17], виділивши та розглянувши сукупність її складових. Однак варто зазначити, що перелік окреслених автором складових внутрішньої КСВ лише доповнює попередні дослідження.

Проф. Колот А. М. [27] види КСВ розглянув через призму стратегій бізнесу та виділив: соціальну обструкцію, соціальний відгук, соціальні зобов'язання та соціальний внесок.

У залежності від видів соціальних норм, Охріменко О. та Іванова Т. [21] запропонували виділити такі різновиди соціальної відповідальності: моральна, релігійна, дисциплінарна, політична, правова (юридична) тощо.

На наш погляд, найбільш цілісно види КСВ досліджені та описані у праці «Соціальна відповідальність» авторів Сіренко Н. М., Лункіної Т. І. та Бурковська А. В. [26]. Науковці виділили два основні види соціальної відповідальності: неправову та правову. Як складові елементи неправової КСВ виділено: моральну, політичну, релігійну, корпоративну та етичну відповідальність. Складовими елементами правової КСВ автори визначили: юридичну, економічну та екологічну відповідальність.

У іноземній науковій літературі можемо відмітити більшу однаковість наукової думки щодо видів КСВ [2; 7; 9; 10]. Зокрема, розрізняють 4 основні види КСВ: екологічну, етичну, філантропічну та економічну.

Таким чином, на основі опрацювання авторських поглядів науковців на проблему виділення видів КСВ, вбачаємо за необхідне теж долучитися до наукової дискусії в контексті виокремлення видів КСВ на основі парадигми сталого розвитку, яку сьогодні реалізують усі провідні компанії як в межах окремої держави, так і у глобальному масштабі.

Результати дослідження. Опрацювання сучасних КСВ-практик українських та іноземних підприємств, а також звітів громадських організацій [13, 15, 23] дало змогу виділити такі види КСВ:

- 1) Стале виробництво та стале споживання.
- 2) Соціальні ініціативи та благодійність.
- 3) Забезпечення корпоративної етики та управління.
- 4) Турбота про співробітників та їх розвиток.
- 5) Глобальні ініціативи.

Обґрунтуємо виокремлені види КСВ, деталізувавши теоретичну інформацію по кожному з них, та підкріпивши практичними кейсами КСВ-практик.

Стале виробництво та стале споживання. Цей вид КСВ фокусується на зменшенні негативного впливу підприємства на довкілля через удосконалення виробничих процесів, використання енергоефективних й енергоощадливих технологій, зменшення викидів й відходів, розвиток стійких виробничих та споживчих практик, раціональне використання ресурсів й рециклінг, тощо.

Підприємства при реалізації даного виду КСВ зосереджуються на таких заходах, як впровадження виробництва з використанням відновлюваних джерел енергії, застосування більш ефективних технологій для зменшення втрат матеріалів та енергії, а також впровадження систем управління якістю довкілля та зелених стандартів. Крім того, підприємства можуть активно працювати над зменшенням відходів та їх подальшим переробленням, впровадженням програм енергоефективності та моніторингом впливу своєї діяльності на довкілля.

Важливою складовою КСВ у напрямку досягнення сталого виробництва та сталого споживання є постійне прагнення до пошуку нових, більш стійких та інноваційних підходів до виробництва та споживання, спрямованих на зменшення негативного впливу на довкілля та забезпечення сталого розвитку.

Реалізуючи стале виробництво та стале споживання як КСВ-концепцію, підприємства досягають наступних ЦСР: Ціль 7. Доступна та чиста енергія; Ціль 8. Гідна праця та економічне зростання; Ціль 9. Інновації та інфраструктура; Ціль 12. Відповідальне споживання та виробництво; Ціль 13. Боротьба із зміною клімату; Ціль 15. Збереження екосистем суші.

Зважаючи, що на сьогодні існують вже тисячі успішних кейсів реалізації КСВ-практик, як приклади приведемо лише деякі проекти КСВ компаній, які належать до того чи іншого виокремленого виду КСВ.

Укргазбанк одним з перших в Україні у власну Концепцію сталого розвитку інтегрував 7 Цілей сталого розвитку, які фактично цілковито відображають сутність виду КСВ «Стале виробництво та стале споживання».

Затверджена Концепція сталого розвитку Укргазбанку базується на трьох складових: «зелене» фінансування, скорочення негативного впливу діяльності банку та оцінка і моніторинг екологічних та соціальних ризиків позичальників (Цілі сталого розвитку 7, 8, 9, 12 та 13)». Також КСВ банку передбачає підтримку розвитку економіки України за рахунок підтримки розвитку стратегічних напря-

мів економіки та сектору МСБ (Цілі сталого розвитку 8 та 9) та комплексний підхід до аналізу ризиків, що включає оцінку екологічних та соціальних ризиків (Ціль сталого розвитку 8) [11].

Таким чином Укргазбанк, впроваджуючи Концепцію сталого розвитку зайняв лідируючі позиції з-поміж компаній України що інтегрували ЦСР в стратегії сталого розвитку та успішно реалізують соціально відповідальні заходи.

За результатами Конкурсу кейсів з КСВ, який щорічно проводиться «Центром розвитку КСВ» [18], відзнаки за кращий корпоративний внесок у Цілі сталого розвитку, зокрема Ціль 12, отримали: METRO Україна (кейс «Для Людей, заради Планети»), DECATHLON (кейс «Друге життя») та Прикарпаття обленерго (проект із роздільного збору вторинної сировини серед енергетиків та школярів «Еко-ТУСА (Твоя Усвідомлена Сортувальна Ініціатива)»).

Заслуговує на увагу також благодійний проект компанії DataArt - DataArt Forest в рамках програми відповідального бізнесу, метою якого є: відновлення лісових масивів та зменшення викидів CO₂. Своєю діяльністю компанія підтримує Цілі сталого розвитку ООН, зокрема Ціль 13. Боротьба зі зміною клімату та Ціль 15. Збереження екосистем суші [14].

2. Соціальні ініціативи та благодійність. Цей вид КСВ спрямований на покращення якості життя населення країни в цілому та місцевих громад, зокрема, шляхом фінансової та матеріальної підтримки різноманітних благодійних та соціальних проектів. Це може включати спонсорську допомогу для місцевих громад, фінансову підтримку соціальних програм, волонтерську роботу та розвиток партнерських відносин з неприбутковими організаціями. Важливою характеристикою цього виду КСВ є здатність підприємства створювати позитивний соціальний вплив шляхом виявлення та вирішення реальних проблем у суспільстві, демонструючи свою відповідальність перед співробітниками, клієнтами, споживачами та громадськістю.

Підприємства, які активно займаються соціальними ініціативами та благодійністю, інвестують в проекти розвитку освіти, охорони здоров'я, мистецтва та культури, а також відновлення та підтримки економічного розвитку у вразливих громадах. Окрім того, підприємства організують благодійні заходи, збирають кошти для гуманітарних потреб та надають допомогу у надзвичайних ситуаціях.

Згідно з даним видом КСВ можуть реалізовуватися такі ЦСР: Ціль 1. Подолання бідності; Ціль 2. Подолання голоду; Ціль 4. Якісна освіта; Ціль 6. Чиста вода та належні санітарні умови; Ціль 10. Зменшення нерівності; Ціль 11. Сталий розвиток міст і громад.

В Україні цей вид КСВ став особливо актуальним під час війни. Мільйони людей втратили житло, були змушені рятуватися втечею або ховатися у підвалах, залишившись без їжі, тепла, світла, елементарних засобів гігієни.

За даними ООН, 17,6 мільйона людей в Україні потребують базової гуманітарної допомоги, що включає підтримку в їжі, психологічну допомогу та забезпечення засобами існування. За 10 місяців повномасштабної війни, ціни на продукти в Україні зросли в 1,3 раз, що стало вкрай відчутно для вразливих груп населення. Голод став щоденною реальністю для багатьох українців – за даними Всесвітньої продовольчої програми (ВПП), 40% мешканців Сходу країни споживають недостатню кількість їжі, що вказує на серйозну харчову кризу в регіоні. Ця проблема особливо стосується людей похилого віку, дітей, ВПО, хворих на хронічні захворювання та людей з інвалідністю [5].

І у цей скрутний час тисячі підприємств не залишилися байдужими, а проявили свою свідому громадянську позицію та соціальну відповідальність і усіма доступними способами допомагали постраждалим людям. Центр «Розвиток КСВ» сформував Каталог внеску бізнесу в перемогу України [15] де зібрано та описано практики 314 компаній.

Згідно з даними Каталогу, на гуманітарну допомогу компаніями було перераховано 3 452 493 000 грн. Допомога продуктами становила 201 600 000 грн, проте це сума, яка зазначається самими компаніями, а насправді, ця сума в десятки разів більша. Загалом, 136 компаній передавали продукти ЗСУ, теробороні, лікарням та громадам. Також 17 компаній допомагали логістикою та збором допомоги, а 15 – організували процес евакуації населення. Було передано більше ніж 60 тисяч літрів палива від АЗС та підприємств для потреб армії та лікарень (карет швидкої допомоги). 19 компаній, в тому числі фармбізнес, аптеки, клініки, передали ЗСУ, лікарням та населенню на території бойових дій ліків на суму 71 300 000 грн [15].

Разом з тим, варто зазначити, що за результатами внеску українського бізнесу в реалізацію Україною Цілей сталого розви-

тку 2016-2020 рр. [11], найменше українські компанії у своїх звітах та кейсах згадували Ціль 2 «Подолання голоду». А вже у 2022 р. ситуація кардинально змінилася і допомога продуктами харчування стала пріоритетною ціллю для багатьох соціально відповідальних українських компаній.

За результатами Конкурсу кейсів з КСВ [18], відзнаки за кращий корпоративний внесок у досягнення Цілі 11. «Сталий розвиток міст і громад» отримали: IT-компанія SOFTSERVE за проект «Каудсорсингова платформа OpenTech»; НАК «Нафтогаз України» за проведення освітньо-грантового конкурсу «Енергія Розвитку»; АСТАРТА-Київ агрохолдинг за проект «SMART-імпульс».

За реалізацію соціальних ініціатив та за благодійність у 2023 р., компанія МХП та Благодійний фонд «МХП-Громаді» здобули нагороди в міжнародному конкурсі «Партнерство заради сталого розвитку-2023» від Глобального договору ООН в Україні.

Звісно, що у даному дослідженні можемо навести лише декілька успішно реалізованих та належно оцінених КСВ-практик та кейсів українських компаній, які належать до КСВ «Соціальні ініціативи та благодійність». При цьому, варто зазначити, що даний вид КСВ найбільш розвинутий на сьогодні, і власне з благодійної діяльності у будь-якому прояві, зазвичай, і розпочинається соціально відповідальна діяльність підприємства.

3. Забезпечення корпоративної етики та управління. Цей вид КСВ передбачає дотримання підприємством етичних принципів у бізнесі, включаючи чесність, прозорість, забезпечення високих стандартів управління, відсутність корупції, гендерну рівність у робочому колективі, тощо. Цей КСВ передбачає розвиток та впровадження внутрішніх правил, норм та процедур, спрямованих на запобігання конфліктам інтересів, корупції та неетичної поведінки. Також включає розвиток програм дотримання вимог законодавства, стандартів галузі та міжнародних норм у сферах корпоративного управління та відповідальності перед зацікавленими сторонами.

Важливою складовою цього виду КСВ є постійне прагнення до підвищення ефективності управління, врахування інтересів всіх зацікавлених сторін та забезпечення довіри споживачів, партнерів та інших учасників бізнес-спільноти.

Підприємства, які активно працюють над забезпеченням корпоративної етики та управління, можуть впроваджувати програми про-

фесійної етики, підвищувати свідомість персоналу щодо важливості дотримання етичних стандартів поведінки, а також розробляти механізми контролю та внутрішнього аудиту для виявлення порушень етичних норм та вжиття відповідних заходів для їх усунення.

Реалізація компаніями виду КСВ «Забезпечення корпоративної етики та управління» дає змогу досягти таких ЦСР: Ціль 5. Гендерна рівність; Ціль 8. Гідна праця та економічне зростання.

Деякі українських компаній стали справді взірцевими щодо реалізації КСВ у напрямку забезпечення корпоративної етики та управління.

Так, компанія SQUAD упровадила програму попередження харасменту на робочому місці, ставши першою компанією, яка заговорила про цю проблему та доклала усіх зусиль для її подолання. Компанія Ferrexpo реалізувала проект «Рівноцінні», який допоміг запровадити гендерну рівність та впровадити її у КСВ-стратегію. А медіакомпанією Starlight Media стала першою українською компанією, що розробила та прийняла стратегію розвитку різноманіття та інклюзивності, яка відстоює та забезпечує права й можливостей людей з інвалідністю, підтримує права ЛГБТ+ спільноти, ментальне здоров'я співробітників [4].

Прикладом також може слугувати компанія Syngenta, одна з провідних аграрних компаній світу, яка розуміючи сучасні зміни глобального середовища, реалізувала нову стратегію виходу на ринок Go to Market. Метою даної стратегії стала реалізація завдань у напрямку розвитку корпоративної культури та внутрішніх і зовнішніх соціальних проектів: Розвиток лідерства – #SyngentaLeaders; Розвиток корпоративної культури – #HappyWithSyngenta; Залучення співробітників до соціальних проектів – #BeResponsible [14].

4. Турбота про співробітників та їх розвиток. Цей вид КСВ включає заходи, спрямовані на покращення умов праці, професійний розвиток та підтримку співробітників у досягненні балансу між роботою та особистим життям, покращенні якості життя співробітників, а також забезпечення гарантованих соціальних пакетів та пільг для працівників. Важливою характеристикою цього виду КСВ є підтримка та розвиток гнучких графіків робочого дня, підтримка кар'єрного росту працівників, створення сприятливого психологічного клімату, підтримка фізичного й ментального здоров'я співробітників.

Підприємства, які активно працюють над розвитком співробітників, можуть пропонувати відпочинково-розважальні корпоративні team-building заходи, програми навчання, тренінги, курси підвищення кваліфікації та інші форми освітньо-пізнавальних заходів. Також цей вид соціальної відповідальності може включати створення умов для кар'єрного зростання, програми менторства та коучингу, а також фінансові стимули для досягнення високих результатів. Такі заходи сприяють підвищенню задоволеності працею, продуктивності та ефективності персоналу, а також демонструють відповідальність підприємства перед своїми співробітниками.

Вбачаємо, що турбота про співробітників та їх розвиток, як один із видів КСВ, дасть змогу досягти наступних ЦСР: Ціль 3. Міцне здоров'я; Ціль 4. Якісна освіта; Ціль 8. Гідна праця та економічне зростання.

Лідерами Рейтингу «Компанії, дружні до родин», ініційованого Центром «Розвиток КСВ», стали: StarLightMedia компанія з чисельністю працівників понад 250 осіб (ЗМІ), Польфарма ЮА з кількістю працівників від 50 до 250 осіб (фармацевтика) та Nota Group компанія з чисельністю працівників від 10 до 50 осіб (Консалтинг) [23].

Різноманітні програми навчання, як вид КСВ перед співробітниками, активно впроваджені у практику компанії «1+1 media», яка реалізувала проект «Ліга Плюсів» як лідерську навчальну програму для менеджерів. 98% менеджерів компанії пройшли навчання, залученість у програму навчання склала 96%, а задоволеність навчанням – 4,8 балів з 5 [18].

Однак у час війни в Україні найбільшу цінність мають КСВ-практики, які спрямовані на підтримку та допомогу найбільш потребуючим цього працівникам, одними з яких є ветерани, які повертаються до буденного цивільного життя.

Так, компанія Starlight Media, реалізуючи соціальну відповідальність у напрямі досягнення Цілі 8 «Гідна праця та економічне зростання», 1 березня 2023 року оголосила про створення комплексної корпоративної ветеранської стратегії, що запроваджує систему підтримки та адвокації прав ветеранів та ветеранок на робочому місці, в продуктах компанії та суспільстві. За свою ініціативу медіагрупа отримала відзнаку від Veteran Hub як компанія дружня до ветеранів та увійшла до списку ТОП-25 кращих роботодавців для ветеранів та ветеранок від Forbes [14].

Компанія Kernel теж реалізовує проект із адаптації ветеранів, який спрямований на підтримку в інтеграції Ветеранів до повноцінного життя шляхом професійної, психологічної, медичної і юридичної підтримки та створення адаптованих робочих місць. Станом на 2023 р. в компанії Kernel працює 56 ветеранів. Це внесок компанії у створення здорової інклюзивної бізнес-спільноти в Україні [14].

Варто акцентувати, що вагомим проявом соціальної відповідальності перед співробітниками є встановлення та виплата гідної заробітної плати. Саме високі зарплати свідчать про повагу до працівників та високу оцінку їх роботи. З іншого боку – це дає можливість працівникам налагодити належний побут та більш продуктивно виконувати свою роботу. Однак в Україні з-поміж компаній не заведено таку форму турботи про співробітників подавати як один із видів КСВ, хоча іноземні компанії пишаються таким проявом власної соціальної відповідальності.

До прикладу, виробник кераміки East Fork у 2022 році підвищив мінімальну заробітну плату до \$22 за годину й розраховує підвищити її до \$25 протягом наступних кількох років. Компанія базується в місті, де мінімальна заробітна плата становить \$7,25, приблизно 55% з її 135 співробітників працюють погодинно. Вона пропонує всім співробітникам найпопулярніший у США пенсійний план приватної пенсійної системи 401(k) та відпустку для догляду за дитиною, що не завжди є правилом для невеликих роботодавців [1].

5. Глобальні ініціативи. Цей вид КСВ відображає зобов'язання підприємства до активної участі в глобальних програмах та ініціативах, спрямованих на боротьбу з кліматичними змінами, зменшення нерівності та подолання світових викликів. Цей підхід орієнтований на підтримку сталого розвитку на міжнародному рівні та демонстрацію лідерства у вирішенні глобальних проблем.

Важливою складовою цього виду КСВ є активна участь у формуванні політики та розвитку стандартів на міжнародному рівні, співпраця з міжнародними організаціями та урядами, а також публічні виступи із закликами до подолання глобальних проблем. Такий підхід сприяє створенню позитивного впливу на світову спільноту та популяризації сталого розвитку як ключового напрямку корпоративної відповідальності.

Підприємства, що активно здійснюють КСВ у напрямку вирішення глобальних про-

блем, можуть вживати заходи для зменшення власного вуглецевого сліду, підтримки проєктів розвитку відновлюваних джерел енергії, збереження природних ресурсів та біорізноманіття. Крім того, це може включати розвиток програм філантропії та благодійності на міжнародному рівні, підтримку гуманітарних місій та програм розвитку, а також участь в глобальних ініціативах з підтримки принципів рівності та справедливості.

Даний вид КСВ дає змогу досягнути таких ЦСР: Ціль 13. Боротьба зі зміною клімату; Ціль 14. Збереження морських ресурсів; Ціль 15. Збереження екосистем суші; Ціль 16. Мир та справедливість; Ціль 17. Партнерство заради сталого розвитку.

Прикладом реалізації КСВ «Глобальні ініціативи» може слугувати діяльність Кока-Кола Беверіджиз Україна, яка багато років втілює глобальні зобов'язання у сфері сталого розвитку, реалізуючи проєкти у галузі поводження з відходами в рамках стратегії «Світ без відходів». У 2021 році за фінансової підтримки компанії, в Антарктиді на станції «Вернадський» було створено закритий цикл переробки пластику, який перетворюється на сувеніри для туристів. У такий спосіб компанія Кока-кола привертає увагу до ЦСР 13. Це всесвітня ініціатива, мета якої до 2030 року збирати та переробляти у світі таку ж кількість упаковки, яку компанія випускає на ринок [4].

Однак повномасштабне вторгнення в Україну змістило акценти глобальних ініціатив з екологічних проблем на проблеми дотримання справедливості і миру заради стабільного розвитку майбутнього. Тисячі провідних компаній світу з відомими брендами проявили свою соціальну відповідальність та засудили війну й свавілля росії проти України. Станом на грудень 2023 р. скоротили, призупинили або припинили діяльність в росії 1774 іноземних компаній. Кількість компаній, які остаточно вийшли з росії – 302. Скоротили поточні угоди та призупинили нові інвестиції 1227 брендів. Бренди, що повністю вийшли з РФ, мали не менше 494,7 тис. персоналу, \$82,2 млрд річного доходу, \$42,6 млрд капіталу і \$69,3 млрд активів [3]. Однак вбачаємо, що це лише перший крок для компаній – припинити працювати в країні-агресорів. Реальним проявом КСВ буде відмова повертатись в росію після закінчення війни. Принаймні до тих пір, поки не відбудеться трансформація свідомості росіян, росія понесе покарання

за скоєні злочини й не буде загрози нової агресії з її боку.

Інший приклад соціальної відповідальності виявили держави, особливо сусідні, котрі прийняли біженців з Україною під час повномасштабного вторгнення. За даними Агентства ООН у справах біженців, кількість біженців з України станом на початок 2024 р. становила у світі 6,338 млн, зокрема в Європі – 5,935 млн, з яких у Німеччині – 1 млн 69,7 тис., у Польщі – 992,7 тис. [22].

Усі запропоновані види КСВ демонструють широкий спектр заходів та можливостей, які підприємства можуть прийняти для відповідального управління своєю діяльністю в соціальній, економічній та екологічній сферах. Водночас, концепція КСВ взаємопов'язана із результатами діяльності підприємств, етикою їх поведінки в бізнес-середовищі та у суспільстві.

Висновки. Провідні компанії активно імплементують Цілі сталого розвитку у КСВ-стратегії, що, в свою чергу, активізує концепцію досягнення глобального сталого розвитку. Проведене дослідження дало змогу здійснити системний аналіз корпоративної соціальної відповідальності підприємств, та ідентифікувати п'ять основних видів КСВ, ґрунтуючись на досягненні ЦСР: стале виробництво та споживання, соціальні ініціативи та благодійність, забезпечення корпоративної етики та управління, турбота про співробітників та їх розвиток, глобальні ініціативи. Кожен із виділених видів КСВ успішно реалізовується на підприємствах, що підкріплено конкретними прикладами.

Доходимо висновку, що досить важливим є виокремлення видів КСВ на основі ЦСР, які реалізуються на підприємствах, зважаючи на їх беззаперечний взаємозв'язок, який зазначений у Глобальному Договорі.

Кожен вид КСВ впливає на соціальні, економічні та екологічні аспекти діяльності підприємств та функціонування тієї спільноти, до якої дотична ця діяльність. А тому дана класифікація видів КСВ доповнює та розширює виділені види КСВ у попередніх наукових дослідженнях.

У подальших дослідженнях доцільно розглянути вплив впровадження кожного виду КСВ на фінансові показники підприємств, а також дослідити вплив цих ініціатив на споживачів, співробітників та глобальне співтовариство. Такий підхід дозволить глибше зрозуміти значущість КСВ у сучасному бізнес-середовищі та його вплив на сталий розвиток.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. 10 справді корисних ініціатив корпоративної соціальної відповідальності 2023 року. URL: <https://thepage.ua/ua/economy/iniciativi-korporativnoyi-socialnoi-vidpovidalnosti-2023-roku> (дата звернення: 22.09.2023).
2. 4 Types of Corporate Social Responsibility. URL: <https://uk.indeed.com/career-advice/career-development/types-of-corporate-social-responsibility> (accessed 01 December, 2023).
3. 58-й випуск регулярного дайджесту про вплив виходу іноземних компаній на економіку РФ. КШЕ. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/58-y-vipusk-regulyarnogo-daydzhestu-pro-vpliv-vihodu-inozemnih-kompaniy-na-ekonomiku-rf/> (дата звернення: 22.12.2023).
4. 6 КСВ-практик, що надихнуть менеджерів/ок у 2022 році. URL: <https://csr-ukraine.org/articles/6-ksv-praktik-shho-nadikhnut-menedzheriv-ok> (дата звернення: 22.10.2023).
5. FoodBank та PepsiCo годує понад 2 000 людей у 8 областях України. URL: https://24tv.ua/foodbank-pepsico-shhodnya-goduye-ponad-2-000-lyudey-8-oblastyah_n2461715 (accessed 02 December, 2023).
6. Global Compact Network Ukraine. URL: <https://globalcompact.org.ua/pro-nas/tsili-stijkogo-rozvytku/> (accessed 11 December, 2023).
7. Howaniec, H. (2023). Corporate Social Responsibility and Marketing Ethics. The Effects of Value-Based Marketing on Consumer Behaviour. London: Routledge 2023. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003317364>
8. Palmer Josh 4 Types of Corporate Social Responsibility. URL: <https://www.onboardmeetings.com/blog/corporate-social-responsibility/> (accessed 5 December, 2023).
9. Pasinovich, I., & Myskiv, G. (2023). Ukrainian context of sustainable development and the role of business in its achievement. *Regional Science Policy & Practice*. <https://doi.org/10.1111/rsp3.12619> (accessed 12 November, 2023).
10. Stobierski Tim (2021). What is corporate social responsibility? 4 types. Harvard business online school. URL: <https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-corporate-social-responsibility> (accessed 25 November, 2023).
11. Буряк Є. В., Редько К. Ю., Чорновол А. О., Орленко О. В. (2022). Соціально-економічні аспекти сталого розвитку України в умовах війни (євроінтеграційні аспекти). *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична*. 2022. Випуск 34. С. 135–143. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7221052> (дата звернення: 22.11.2023).
12. Веремеева Т. Значення корпоративної соціальної відповідальності для України: основні принципи. Comments.ua URL: <https://comments.ua/ua/infographics/znachennya-korporativnoyi-socialnoi-vidpovidalnosti-dlya-ukraini-osnovni-principi-672158.html> (дата звернення: 23.11.23).
13. Внесок українського бізнесу в реалізацію Україною Цілей сталого розвитку 2016-2020 рр. Звіт CSR Ukraine. URL: <https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2020/12/Vpliv-biznesu-na-CSR.pdf> (дата звернення: 15.12.2023).
14. Всеукраїнський он-лайн марафон кейсів Премії HR-бренд Україна 2023. URL: https://hr-brand.com/online_marathon2023 (дата звернення: 22.12.2023).
15. Каталог внеску бізнесу в перемогу України. Центр «Розвиток КСВ». URL: <https://csr-ukraine.org/catalog-actions-of-companies-in-the-russian-ukrainian-war/> (дата звернення: 05.12.2023).
16. Конкурс кейсів з КСВ. URL: <https://csr-ukraine.org/projects/konkurs-keysiv-z-ksv-2/> (дата звернення: 06.12.23).
17. Коротков Е. М. Корпоративна соціальна відповідальність: підручник для бакалаврів. Харків, 2014. 354 с.
18. Кузьмін О.Є., Пирог О.В., Чернобай Л.І., Станасюк Н.С., Пасінович І.І. (2021). *Основи корпоративної соціальної відповідальності: стратегії та ділові практики: навчальний посібник*. Київ : Видавничий дім «Кондор». 244 с.
19. Лихолат, С. (2022). Аналіз реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності в практичній діяльності підприємств. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права*. № 34. С. 238–245.
20. Мазуренко В. П., Засенко О. Ю. Сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності у міжнародному бізнесі. *Ефективна економіка*. 2012. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1199> (дата звернення: 19.09.23).
21. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. Навч. посіб. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». 2015. 80 с.
22. Портал оперативних даних. Ситуація з біженцями в Україні. URL: <https://data2.unhcr.org/en/situations/ukraine/> (дата звернення: 28.12.2023).
23. Рейтинг компаній, дружніх до родин 2021. CSR Ukraine. URL: https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2021/10/ranking_results_report_final.pdf (дата звернення: 04.01.2024).
24. Руденко О. В., Кондратюк О. М., Горєва А. С. (2020). Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, обліковий аспект та нефінансова звітність. *Ефективна економіка*. № 11. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.11.102

25. Сардак С. Е., Гасленко К. С. Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність підприємства: теоретичні та практичні аспекти. *Економіка і суспільство*. 2017. Випуск 12. С. 342–347.
26. Сіренко Н.М., Лункіна Т.І., Бурковська А.В. Соціальна відповідальність: навч. посіб. Миколаїв: МНАУ, 2021. 216 с.
27. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія / А. М. Колот, О. А. Грішнова та ін. Київ : КНЕУ, 2012. 501 с.

REFERENCES:

1. ThePage.ua. (2023) *10 spravdi korisnykh initsiatyv korporativnoyi sotsialnoyi vidpovidalnosti 2023 roku* [10 Truly Useful Initiatives of Corporate Social Responsibility in 2023]. Available at: <https://thepage.ua/ua/economy/iniciativi-korporativnoyi-socialnoyi-vidpovidalnosti-2023-roku> (accessed September 22, 2023).
2. Indeed (2023) *4 Types of Corporate Social Responsibility*. Available at: <https://uk.indeed.com/career-advice/career-development/types-of-corporate-social-responsibility> (accessed December 01, 2023).
3. KSE. (2023) *58-vy vypusk regulyarnogo daydzhestu pro vpliv vykhodu inozemnykh kompaniy na ekonomiku RF* [58th issue of the regular digest on the impact of the exit of foreign companies on the economy of the Russian Federation]. Available at: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/58-y-vipusk-regulyarnogo-daydzhestu-pro-vpliv-vihodu-inozemnih-kompaniy-na-ekonomiku-rf/> (accessed December 22, 2023).
4. CSR Ukraine (2022) *6 KSV-praktyk, shcho nadikhnut menedzheriv/ok u 2022 rotsi* [6 CSR Practices that Inspire Managers in 2022]. Available at: <https://csr-ukraine.org/articles/6-ksv-praktik-shho-nadikhnut-menedzheriv-o/> (accessed October 22, 2023).
5. 24tv.ua. (2023) *FoodBank ta PepsiCo hoduye ponad 2 000 liudei u 8 oblastiakh Ukrayiny* [FoodBank and PepsiCo feed over 2,000 people in 8 regions of Ukraine]. Available at: https://24tv.ua/foodbank-pepsico-shhodnya-goduye-ponad-2-000-lyudey-8-oblastyah_n2461715 (accessed December 02, 2023).
6. Global Compact Network Ukraine (2023). Available at: <https://globalcompact.org.ua/pro-nas/tsili-stijkogo-rozvytku/> (accessed December 11, 2023).
7. Howaniec, H. (2023). *Corporate Social Responsibility and Marketing Ethics. The Effects of Value-Based Marketing on Consumer Behaviour*. London: Routledge 2023. <https://doi.org/10.4324/9781003317364> (in English)
8. Palmer, J. (2023). *4 Types of Corporate Social Responsibility*. Available at: <https://www.onboardmeetings.com/blog/corporate-social-responsibility/> (accessed December 5, 2023).
9. Pasinovych, I., Myskiv, G. (2023). Ukrainian context of sustainable development and the role of business in its achievement. *Regional Science Policy & Practice*. <https://doi.org/10.1111/rsp3.12619> (accessed November 12, 2023).
10. Stobierski, T. (2021). What is corporate social responsibility? 4 types. Available at: <https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-corporate-social-responsibility> (accessed November 25, 2023).
11. Buriak, Ye., Redko, K., Chornovol, A., Orlenko, O. (2022) *Sotsialno-ekonomichni aspekty staloho rozvytku Ukrayiny v umovakh viyny (yevrointegratsiyni aspekty)* [Socio-economic Aspects of Sustainable Development of Ukraine in the Conditions of War (Eurointegration Aspects)]. *Naukovi zapysky Lvivskoho universytetu biznesu ta prava. Seriya ekonomichna*, vol. 34, pp. 135–143. DOI <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7221052> (accessed November 22, 2023).
12. Veremeeva, T. (2023) *Znachennya korporativnoyi sotsialnoyi vidpovidalnosti dlya Ukrayiny: osnovni pryntsyipy* [The Significance of Corporate Social Responsibility for Ukraine: Key Principles]. *Comments.ua*. Available at: <https://comments.ua/ua/infographics/znachennya-korporativnoi-socialnoi-vidpovidalnosti-dlya-ukraini-osnovni-principi-672158.html> (accessed November 23, 2023).
13. CSR Ukraine (2021) *Vnesok ukrayinskoho biznesu v realizatsiyu Ukrayinoyu Tselei staloho rozvytku 2016–2020 rr. Zvit* [Contribution of Ukrainian Business to the Implementation of Sustainable Development Goals by Ukraine 2016–2020. Report]. Available at: <https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2020/12/Vpliv-biznesu-na-CSR.pdf>. (accessed December 15, 2023).
14. Vseukrainskyi on-lain marafon keisiv Premii HR-brend Ukraina [All-Ukrainian Online Case Marathon of HR-brand Ukraine 2023]. Available at: https://hr-brand.com/online_marathon2023. (accessed December 22, 2023).
15. CSR-Ukraine (2023) *Kataloh vnesku biznesu v peremohu Ukrainy* [Catalog of Business Contribution to Ukraine's Victory]. Available at: <https://csr-ukraine.org/catalog-actions-of-companies-in-the-russian-ukrainian-war/> (accessed December 05, 2023).
16. CSR-Ukraine (2023) *Konkurs keisiv z KSV* [CSR Case Competition]. Available at: <https://csr-ukraine.org/projects/konkurs-keysiv-z-ksv-2/> (accessed December 6, 2023).
17. Korotkov, E. (2014) *Korporativna sotsialna vidpovidalnist: pidruchnyk dlya bakalavriv* [Corporate social responsibility: Textbook]. Kharkiv, 354 p. (in Ukrainian)

18. Kuzmin, O., Pyrog, O., Chernobay, L., Stanasyuk, N., Pasinovich, I. (2021) *Osnovy korporatyvnoyi sotsialnoyi vidpovidalnosti: stratehii ta dilovi praktyky: navchalnyy posibnyk* [Fundamentals of Corporate Social Responsibility: Strategies and Business Practices: Textbook]. Kyiv: Kondor, 244 p. (in Ukrainian)
19. Lykholat, S. (2022). Analiz realizatsii pryntsyviv korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti v praktychnii diialnosti pidpriemstv [Analysis of the implementation of the principles of corporate social responsibility in the practical activities of enterprises]. *Naukovi zapysky Lvivskoho universytetu biznesu ta prava*, no. 34, pp. 238–245. (in Ukrainian)
20. Mazurenko, V., Zasenka, O. (2012) Suchasna kontseptsiya korporatyvnoyi sotsialnoyi vidpovidalnosti u mizhnarodnomu biznesi [Modern Concept of Corporate Social Responsibility in International Business]. *Efektivna ekonomika*, vol 6. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1199> (accessed September 19, 2023).
21. Okhrimenko, O., Ivanova, T. (2015) *Sotsialna vidpovidalnist Navch. Posib.* [Social Responsibility: Textbook]. Kyiv: Natsionalnyi tekhnichnyi universytet Ukrainy, 80 p. (in Ukrainian)
22. Operational Data Portal (2022). *Ukraine Refugee Situation*. Available at: <https://data2.unhcr.org/en/situations/ukraine>. (accessed December 28, 2023).
23. CSR Ukraine (2022) *Reitynh kompanii, druzhnykh do rodyn 2021* [Rating of Family-Friendly Companies 2021]. Available at: https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2021/10/ranking_results_report_final.pdf (accessed January 04, 2024).
24. Rudenko, O., Kondratyuk, O., Horeva, A. (2020) Sotsialna vidpovidalnist biznesu: sutnist, oblikovyy aspekt ta nefinansova zvitnist [Social responsibility of business: essence, accounting aspect and non-financial reporting] *Efektivna ekonomika*, vol. 11. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.11.102 (accessed January 04, 2024).
25. Sardak, S., Haslenko, K. (2017) Vnutrishnya korporatyvna sotsialna vidpovidalnist pidpriemstva: teoretychni ta praktychni aspekty [Internal Corporate Social Responsibility of Enterprises: Theoretical and Practical Aspects]. *Ekonomika i suspilstvo*, vol. 12, pp. 342–347. (accessed January 11, 2024).
26. Sirenko, N., Lunkina, T., Burkovska, A. (2021) *Sotsialna vidpovidalnist* [Social Responsibility]. Mykolaiv: MNAU. (in Ukrainian)
27. Kolot A., Hrishnova O. (2012) *Sotsialna vidpovidalnist: teoriia i praktyka rozvytku : monohrafiia* [Social Responsibility: theory and practice of development: monograph]. Kyiv: KNEU, 501 p. (in Ukrainian)