

DOI: https://doi.org/10.32782/inclusive_economics.6-1
УДК 65.012.4:330.34

Баб'яр В. П.
аспірант,
Західноукраїнський національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-8606-7147>
Тимофійчук Ю. В.
аспірант,
Західноукраїнський національний університет
Кельнер О. В.
аспірант,
Західноукраїнський національний університет
Бочаров В. С.
аспірант,
Західноукраїнський національний університет

СУЧАСНІ АСПЕКТИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ГЛОБАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК

У статті проведено аналіз сучасних аспектів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та її вплив на глобальний економічний розвиток. Розглянуто основні напрямки корпоративної соціальної відповідальності компаній, що сприяють сталому розвитку не лише окремих підприємств, а й економік країн у цілому. Акцентовано увагу на зв'язку КСВ з екологічною, соціальною та економічною відповідальністю компаній в умовах глобалізації. Описано вплив КСВ на інвестиційний клімат, стабільність фінансів підприємств, а також на створення нових робочих місць. Окремо висвітлюється роль інтеграції КСВ у корпоративні стратегії, що забезпечує зростання конкурентоспроможності на міжнародних ринках. Крім того, стаття розглядає соціально відповідальні підприємства, підкреслюючи їх значення для забезпечення сталого економічного розвитку на глобальному рівні.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), глобальний економічний розвиток, сталий розвиток, екологічна відповідальність, соціальна відповідальність, економічна відповідальність, інвестиційний клімат, соціально відповідальні підприємства, глобалізація, сталий розвиток

Vsevolod Babyar, Yuriy Tymofichuk, Oleh Kelner, Vasyl Bocharov
West Ukrainian National University

SENSITIVE ASPECTS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND THEIR IMPACT ON GLOBAL ECONOMIC DEVELOPMENT

Introduction. The topic of corporate social responsibility (CSR) has become increasingly relevant in recent years, as businesses strive to balance profitability with ethical considerations. In the context of globalization, CSR plays a crucial role in influencing economic development, environmental sustainability, and social welfare. This article examines the modern aspects of CSR and its impact on global economic development, focusing on how companies' social responsibility can contribute to both business growth and the well-being of society. **Purpose.** The purpose of this study is to analyze the key aspects of CSR and assess how they influence the global economy. The article aims to identify the main CSR practices adopted by companies and their potential to foster sustainable development on a global scale. **Methods.** The research employs a qualitative approach, utilizing case studies, existing literature, and analysis of CSR reports from various global companies. The methods also include comparative analysis of CSR initiatives in different industries and regions to identify common trends and challenges. **Results.** The findings suggest that CSR initiatives are closely linked to improved business performance, enhanced brand reputation, and increased consumer trust. Additionally, CSR contributes to the creation of a more stable investment climate, supports the development of sustainable business models, and helps companies to align their strategies with the goals of sustainable global economic growth. The study also highlights how CSR activities lead to better environmental practices, more inclusive work cultures, and positive social impacts. **Conclusion.** The research concludes that CSR is a vital tool for companies to enhance their competitiveness and contribute to global economic development. By integrating CSR into corporate strategies, businesses can address societal challenges, promote sustainability, and foster economic growth. It is recommended that companies adopt comprehensive CSR policies, engage with stakeholders, and invest

in socially responsible practices to ensure long-term success and sustainability. Furthermore, policymakers should encourage the integration of CSR into regulatory frameworks to enhance its effectiveness in driving global development

Keywords: *corporate social responsibility (CSR), global economic development, sustainable development, environmental responsibility, social responsibility, economic responsibility, investment climate, socially responsible enterprises, globalization, sustainable development.*

Постановка проблеми та її актуальність.

Сучасні виклики глобального розвитку – кліматичні зміни, нерівність, соціальна дивергенція, тощо – встановлюють нові вищі стандарти та визначають параметри відповідальності для бізнесу. Частка компанії на рику, прибутковість у тандемі із корпоративною соціальною відповідальністю визначають місце бізнесу не лише в економіці, а й у глобальному просторі, оскільки важливим залишається питання його всестороннього впливу, в тому числі на планету та людей. Дедалі частіше використовуються поняття стійкого бізнесу, цілеспрямованого та регенеративного бізнесу як складові визначення «Good business».

Значна частина сучасних ланцюгів створення вартості розташована у країнах, що розвиваються, для їх економік характерною є висока ліберальність щодо екологічного та трудового регулювання. Це в свою чергу, вимагає від постачальників інвестицій у корпоративну соціальну відповідальність, що є ключовим фактором, здатним задовольнити вимоги постійно зростаючої кількості етично стурбованих споживачів. Визначення соціальної корпоративної відповідальності, тотожності понять соціальної та екологічної відповідальності, їх вплив на глобальний розвиток потребують подальшого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика розвитку та впровадження соціальної корпоративної відповідальності відображена у працях багатьох вчених. Серед зарубіжних науковців питанням корпоративної соціальної відповідальності та глобального розвитку присвятили Е. Крейн, Д. Маттен, Л. Спенс, А. Енрікес, Дж. Річардсон, Дж. Стігліц, Ф. Геркенгоф, С. Краутхайм, Ф. Семрау, Ф. Стегліх та ін. Теоретичні аспекти соціальної корпоративної відповідальності та особливості їх впровадження відображено у працях А. Кретова, Н. Діденко, І. Зварич, І. Комарницького, С. Мельник.

Мета статті. Окреслити поняття та основні принципи соціальної корпоративної відповідальності. Обґрунтувати необхідність впровадження соціальної відповідальності бізнесу як необхідної передумови покращення якості життя та розвитку суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. За останні десятиліття дедалі частіше спостерігається тенденція до відповідального виробництва та усвідомленого споживання. Бізнес, не зважаючи на прагнення до оптимізації витрат та максимального збільшення прибутку, спрямовує свою діяльність в сторону соціальної, економічної та екологічної

відповідальності. Такий підхід є особливо актуальним у контексті глобального розвитку, де питання сталості та етичної складової є першочерговими.

Визначення корпоративна соціальна відповідальність (Corporate social responsibility (CSR) включає концепцію управління, яка окреслює внесок компанії у добробут громади і суспільства за допомогою соціальних та екологічних заходів. КСВ впливає на сприйняття бренду клієнтами та є корельованою із прибутковістю. КСВ дає можливість залучити кваліфікованих співробітників та інвесторів [15].

Корпоративна соціальна відповідальність, іншими словами, - це вид саморегулювання бізнесу, акцентований на соціальній відповідальності, який чинить позитивний вплив на суспільство за допомогою екологічної свідомості, рівності та інклюзії. [3] КСВ – це бізнес-модель, у якій компанії інтегрують глобальні проблеми у свої бізнес-операції та взаємодіють із зацікавленими сторонами. Глобальний договір ООН та Глобальна ініціатива звітності охоплюють основні міжнародні стандарти КСВ [1].

Сфера сталого розвитку набуває розширення і дедалі більше переміщується в основну течію корпоративної стратегії. Глобальним договором ООН визначено п'ять основних напрямів дії для компаній, які можуть прискорити прогрес у досягненні 17 цілей сталого розвитку до 2030 року. Основні сектори та напрями дій відображено у Таблиці 1.

Беручи на себе відповідальність за гендерну рівність робочої сили, забезпечуючи інклюзивні робочі місця, компанія може не лише стати Соціально відповідальним бізнесом, а й збільшити прибутковість та продуктивність. За прогнозами Глобального договору ООН у середньому по країнах довгостроковий ВВП на душу населення був би майже на 20% вищим, якби гендерні розриви у зайнятості були повністю усунуті.

Бізнес може підвищити свою ефективність та скоротити експлуатаційні витрати за рахунок зменшення викидів та споживання енергії. Включення саме екологічної відповідальності у стратегію діяльності дає можливість компанії зміцнити сою репутацію серед клієнтів, постачальників, інвесторів та бути на крок попереду у переході до екологічно стійкої економіки. Щоб зменшити глобальне потепління до 1,5 градуса вище доіндустріального рівня, компанії мають скоротити викиди вдвічі до 2030 року.

У сучасному світі з понад мільярду працюючого населення – 1/3 заробляють менше, ніж їм необхідно

Основні напрями діяльності компанії з Корпоративною соціальною відповідальністю

Напрямок дії компанії	Зобов'язання компанії у рамках ЦСР до 2030 року
Гендерна рівність	Рівне представництво, участь і лідерство на всіх рівнях управління; Рівна оплата за рівноцінну працю
Кліматичні дії	Встановлення корпоративних, науково обґрунтованих цілей щодо скорочення чистих нульових викидів Сприяння справедливому переходу, вживаючи конкретні дії, спрямовані на вирішення соціальних наслідків заходів із пом'якшення наслідків зміни клімату та адаптації у партнерстві з такими учасниками, як працівники, профспілки, громади та постачальники
Прожитковий мінімум	Забезпечення прожиткового мінімуму для робочої сили сприяє зменшенню нерівності і створює більш стійкі ланцюги поставок. Створення спільного плану дій з підрядниками, партнерами з ланцюга постачання та іншими ключовими зацікавленими сторонами, щоб працювати над досягненням прожиткового мінімуму та /або прожиткового доходу з вимірюваними та обмеженими в часі етапами. Отримання прожиткового мінімуму 100% працівниками компаній до 2030 року.
Водостійкість	Створення водної стійкості у глобальній діяльності та ланцюжках поставок. Об'єднання зусиль для досягнення колективного позитивного впливу на водні ресурси, зокрема у 100 вразливих пріоритетних водних басейнах до 2030 року.
Фінанси та інвестиції	Узгодження корпоративних інвестицій з політикою та стратегіями ЦСР, встановлення власних цілей. Розробка стратегії корпоративного фінансування, пов'язана з інвестиціями та результатами ЦСР, звітність про суму та частку такого фінансування.

Джерело: складено авторами за [1]

для гідного рівня життя. Забезпечення корпораціями прожиткового мінімуму для власної робочої сили сприяє зменшенню нерівності та створенню стійких ланцюжків поставок, а також підвищенню продуктивності для через зменшення плинності кадрів, збільшення утримання та мотивацію, залучення нових ідей. Взавши на себе зобов'язання щодо прожиткового мінімуму підприємство створює шлях для подолання бідності та зменшення нерівності, покращує свої позиції у ланцюзі поставок, збільшує продуктивність, стійкість і прозорість, а також демонструє відданість повазі та забезпеченню прав людини.

Ще однією ініціативою із ряду зобов'язань соціальної корпоративної відповідальності є ініціатива водостійкості (Water Resilience), яка може посприяти покращенню ефективності бізнесу та прискоренню зростання. Ефективні дії бізнесу у даному напрямі сприятимуть зменшенню потенційних бізнес-ризиків, викликаних проблемами з водою, підвищенню репутації у спільнотах та зокрема серед інвесторів. Підприємства можуть таким чином підтримати екосистеми, що містять водні ресурси, одночасно сприяючи збереженню біорізноманіття та зменшенню впливу кліматичних змін, а також допомагаючи забезпечити право людини на воду і доступ до санітарії.

Впровадження соціального зобов'язання – фінанси та інвестиції, узгодження фінансових стратегій з Цілями сталого розвитку дає змогу відкрити

нові горизонти для отримання прибутку. Бізнес підвищує продуктивність та відкриває нові можливості через залучення інвесторів та пошук нових шляхів капіталовкладень, захищає довгострокові фінансові результати, знижує ризики, пов'язані з екологічними, соціальними та управлінськими факторами та співпрацює із екологічно та соціально свідомими клієнтами [1].

Значущість КСВ полягає в тому, що вона функціонує як інтегральна складова діяльності компанії, яка, добровільно долучаючись до вирішення соціально значущих питань, формує позитивний імідж. Зокрема, КСВ, яку іноді розглядають як своєрідний «мовчазний договір» між бізнесом і суспільством, передбачає взаємодію, за якої громада надає бізнесу можливість функціонувати в обмін на створення робочих місць і сплату податків.

Водночас, від компаній очікується не лише сприяння економічному зростанню, але й забезпечення екологічної стійкості та підвищення якості життя у спільнотах через участь у благодійних програмах. Таким чином, основна мета КСВ полягає у тому, щоб компанія максимально підсилювала свій позитивний вплив на суспільство, зберігаючи баланс між отриманням прибутку і задоволенням потреб громади [11].

У підсумку, корпоративна соціальна відповідальність виступає фундаментальною складовою сучасного бізнесу, яка визначає його успіх через здатність

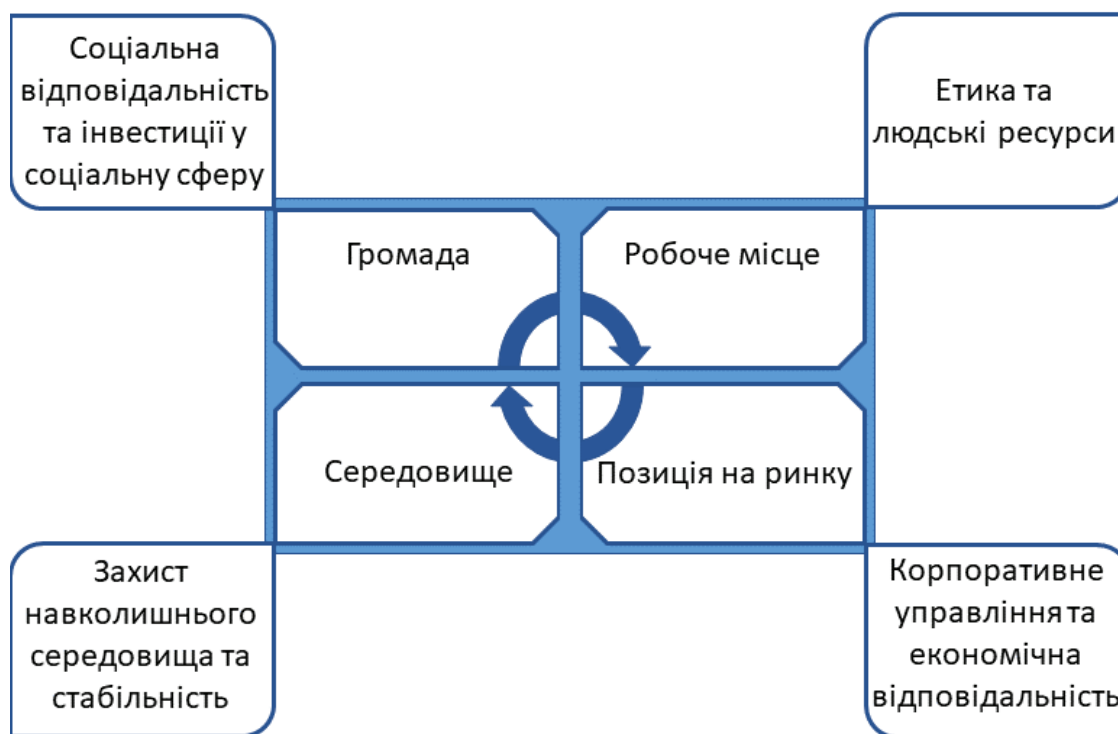


Рис. 1. Циклічна структура соціальної корпоративної відповідальності

Джерело: складено авторами за [11]

створювати спільні цінності для всіх зацікавлених сторін. Циклічна структура соціальної корпоративної відповідальності (КСВ) зазвичай складається з елементів, які об'єднані у взаємозалежний цикл, що можемо бачити на рисунку 1.

Стійка та інклюзивна багатосторонність відіграє ключову роль у сучасному світі для вирішення глобальних проблем, сприяє талому зростанню та покращенню середовища для бізнесу, особливою мірою це стосується малих та середніх підприємств. У цьому плані співпраця бізнес-спільноти з ООН та державами-членами організації підкреслює готовність приватного сектору до позитивних змін та якісних результатів.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) здебільшого є ключовою стратегією, яку активно впроваджують великі транснаціональні корпорації. Чим вищий рівень видимості та успіху компанії на ринку, тим більшу роль вона відіграє у формуванні стандартів етичної поведінки. Таким чином, корпорації не лише впливають на поведінкові норми всередині своєї організації, але й сприяють поширенню етичних принципів серед конкурентів, ділових партнерів і всієї галузі загалом. Такі компанії, як правило, задають приклад для інших через свої практики сталого розвитку, прозорість і соціальну відповідальність, стимулюючи еволюцію етичних норм на глобальному рівні [4].

Малі та середні підприємства також беруть створюють власні програми соціальної відповідальності, однак їх ініціативи нерідко набувають меншого розголосу та є менш впливовими. Деякі підходи до корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) надають перевагу акценту на волонтерських ініціативах і соціальному залученні, інколи навіть замінюючи ними традиційні фінансові зобов'язання. Водночас більшість сучасних моделей КСВ, хоч і з різною мірою ваги, включають у свої концепції екологічну відповідальність, етичні норми ведення бізнесу та філантропічну діяльність. Такі підходи є ключовими компонентами у формуванні стратегії сталого розвитку, де компанії інтегрують соціальні й екологічні аспекти в структуру свого управління, прагнучи збалансувати економічні інтереси та суспільні очікування.

Відповідно до дослідження, опублікованого в *Journal of Consumer Psychology*, споживачі демонструють більшу прихильність до компаній, які активно діють в інтересах своїх клієнтів. Як наслідок, репутація бренду, що зосереджений на реалізації ініціатив корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), значно покращується [6].

Разом з тим, внутрішня організаційна стабільність також виграє від таких стратегій. Співробітники, які поділяють цінності компанії, частіше залишаються в її складі, що дозволяє знизити рівень

плинності кадрів. Це, у свою чергу, сприяє скороченню витрат на найм нових працівників, підвищенню задоволеності персоналу та зміцненню корпоративної культури.

Що стосується фінансових вигод, впровадження стратегій КСВ позитивно впливає на сприйняття компанії інвесторами. Згідно з дослідженням *Boston Consulting Group*, організації, які посідають провідні позиції в екологічних, соціальних та управлінських (ESG) практиках, отримують приблизно на 11% вищу оцінку своєї вартості порівняно з конкурентами. Це підтверджує, що ефективна реалізація КСВ стратегій не лише покращує імідж, але й сприяє підвищенню економічної привабливості компанії [5].

Компанії впроваджують комплексні стратегії корпоративної соціальної відповідальності, спрямовані на зміцнення соціальної, екологічної та економічної стійкості. Наприклад, Starbucks у своєму звіті за 2022 рік підкреслює пріоритети, що включають підтримку своїх працівників через акціонерні гранти та розширений спектр пільг, таких як медичне страхування, сімейні програми та освітні можливості. Крім того, компанія взяла на себе зобов'язання скоротити на 50% викиди парникових газів, витрати води та утворення відходів до 2030 року, що свідчить про її прагнення до сталого розвитку [15].

Home Depot демонструє інший підхід до корпоративної соціальної відповідальності, поєднуючи соціальні та екологічні ініціативи. Компанія інвестує понад 1 мільйон годин на рік у навчальні програми для розвитку кар'єри своїх працівників, одночасно плануючи перехід на 100% відновлювану енергію для роботи об'єктів до 2030 року. Додатково, Home Depot має намір витратити 5 мільярдів доларів на закупівлі у різних постачальників до 2025 року, таким чином підтримуючи розвиток місцевих економік [9].

У свою чергу, General Motors [8] отримала нагороду *Sustainability Leadership Award* у 2022 році за свої значні внески у соціальну сферу та екологічну стійкість. Зокрема, компанія виділила 60 мільйонів доларів у формі грантів для більш ніж 400 некомерційних організацій у США, які зосереджені на вирішенні соціальних питань. General Motors також зобов'язалася повністю перейти на використання відновлюваної енергії на своїх американських підприємствах до 2025 року.

Ці приклади підтверджують, що корпоративна соціальна відповідальність може охоплювати широкий спектр ініціатив, від інвестицій у працівників і громади до досягнення цілей сталого розвитку. Такі заходи не лише підвищують репутацію компанії, але й сприяють створенню довгострокової перспективи у заданих напрямках для всіх зацікавлених сторін.

Журнал *Corporate Responsibility Magazine* щорічно формує рейтинг 100 найкращих корпоративних громадян серед 1000 найбільших публічних компаній США. Цей рейтинг ґрунтується на різноманітних критеріях, зокрема на ставленні до працівників, впливі на навколишнє середовище, дотриманні прав людини, якості управлінських практик та фінансових рішеннях. Важливо зазначити, що рейтинг є результатом комплексної оцінки цих аспектів, що дозволяє визначити компанії, які найбільше сприяють розвитку соціальної відповідальності у бізнесі.

У 2024 році до лідерів рейтингу входять HP Inc. – це міжнародна технологічна корпорація, яка спеціалізується на розробці та виробництві персональних комп'ютерів, принтерів та інших супутніх технологічних рішень, із загальним зваженим балом 78,49; Hewlett Packard Enterprise (HPE) – це глобальна технологічна компанія, що спеціалізується на розробці та наданні інноваційних рішень для підприємств, із загальним зваженим балом 76,81, Johnson & Johnson - 76,29, Owens Corning – 74,51, Ingersoll Rand Inc. – 74.08.

Рейтинг за КСВ у галузі кліматичних змін очолює First Solar, Inc. із показником 67,68, яка у загальному рейтингу знаходиться на 41 позиції; У галузі впливу на навколишнє середовище на першому місці компанія Owens Corning – 74,51; у зобов'язаннях корпоративної соціальної відповідальності щодо прав людини рейтинг очолює PepsiCo, Inc. – 73,95, яка в загальному рейтингу перебуває на 6 місці [14].

До інших відомих міжнародних стандартів, що надають рекомендації для ефективного управління корпоративною соціальною відповідальністю, належать Ініціатива та структура інтегрованої звітності, започатковані в 2011 році, а також серія стандартів AA1000. Крім того, важливими є норма ISO 26000, яка окреслює принципи соціальної відповідальності, і стандарт сертифікації SA8000, що сприяє впровадженню соціально прийнятних практик на робочих місцях [10]. Ці стандарти допомагають організаціям здійснювати відповідальне управління та поліпшувати соціальне і екологічне благополуччя в межах їх діяльності.

На відміну від інших стандартів ISO, ISO 26000 містить рекомендації, а не вимоги, оскільки природа КСВ є більш якісною, ніж кількісною, і її стандарти не можуть бути сертифіковані. ISO 26000 роз'яснює соціальну відповідальність і допомагає організаціям втілити принципи КСВ у практичні дії [10].

Серія індексів FTSE4Good представляє собою набір індексів капіталу, орієнтованих на соціально відповідальні інвестиції (SRI) та екологічні, соціальні та управлінські аспекти (ESG), які включають компанії з позитивною репутацією в сфері корпоративної

відповідальності. Ця серія містить декілька окремих фондових індексів, кожен із яких розроблений з урахуванням специфіки певного географічного регіону. Інвестори мають можливість використовувати ці індекси як для індивідуального відбору акцій, так і як основу для створення інвестиційних продуктів, таких як спільні інвестиційні фонди або біржові фонди (ETF) [6]. Для оцінки загальної якості управління компанією в контексті ESG проблем, серія індексів FTSE4Good застосовує методологію, засновану на балах, що дозволяє отримати об'єктивну оцінку ефективності корпоративної соціальної відповідальності. Це робиться шляхом розподілу загальної оцінки та рейтингу компанії за трьома принципами та 14 темами, використовуючи понад 300 показників. Зокрема, серія охоплює окремі індекси для компаній, що працюють у таких регіонах, як Сполучені Штати, Австралія, Японія та Латинська Америка, серед інших.

Таким чином, інвестори мають можливість використовувати індекс як орієнтир для індивідуального відбору акцій, наприклад, вибираючи інвестиції серед найбільших холдингів, що входять до складу індексу. Зокрема, станом на квітень 2023 року до десяти найбільших холдингів американського індексу входили такі відомі технологічні компанії, як Apple Inc. (AAPL), Microsoft Corporation (MSFT), NVIDIA Corporation (NVDA) та Alphabet Inc. (GOOG), що відображає їхню значущість у загальній структурі індексу [6].

Висновки. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) має значний вплив на глобальну економіку через кілька основних механізмів. По-перше, компанії, які інтегрують принципи КСВ, здебільшого орієнтовані на досягнення довгострокової фінансової стабільності, що знижує економічні ризики та волатильність. Це, в свою чергу, сприяє сталому розвитку ринків і залученню соціально відповідаль-

них інвестицій, оскільки бізнеси з високим рівнем соціальної та екологічної відповідальності демонструють меншу уразливість до кризи.

По-друге, КСВ стимулює розвиток екологічно чистих технологій та інноваційних соціальних програм, що, окрім вирішення глобальних проблем, таких як зміна клімату та нерівність, створює нові можливості для економічного зростання. Завдяки цьому зростає популярність інвестиційних інструментів, таких як зелені облігації або фонди з фокусом на соціальні та екологічні цілі, які вже стали важливим елементом сучасної економіки.

З іншого боку, компанії, що впроваджують КСВ, часто здобувають високу репутацію серед споживачів і інвесторів, що позитивно позначається на їхній здатності залучати клієнтів, готових платити за етичні та екологічно чисті продукти. Такі компанії зазвичай демонструють більшу фінансову стабільність і здатність до зростання, що сприяє розвитку економічної системи в цілому.

Разом з тим, КСВ сприяє зниженню соціальної нерівності шляхом створення нових робочих місць, підвищення рівня зарплат і забезпечення справедливих умов праці, що стимулює внутрішній споживчий попит та підтримує економічне зростання, особливо в країнах, які розвиваються. Компанії, які дотримуються принципів КСВ, зазвичай здобувають конкурентні переваги на міжнародних ринках, оскільки їхня репутація може стати ключовим фактором при виборі партнерів та споживачів. Це підтримує глобальну інтеграцію та сприяє розвитку міжнародної торгівлі.

Отже, корпоративна соціальна відповідальність сприяє формуванню більш стійкої та збалансованої економічної системи, яка враховує не лише економічні, але й соціальні та екологічні аспекти, що є важливими для сталого розвитку на глобальному рівні.

Література:

1. Глобальний договір ООН. URL: <https://unglobalcompact.org/>
2. Ініціатива різноманітності, справедливості та інклюзії. URL: <https://www.imd.org/initiatives/dei/imd-diversity-equity-inclusion-initiative/>
3. Кузьменко О.І. Корпоративна соціальна відповідальність як інструмент розвитку підприємства в умовах глобалізації. *Фінансовий ринок України*. 2020. № 4. С. 88–95.
4. Рибалка В.І. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на глобальну економіку. *Науковий вісник економічних наук*. № 6(2). 2021. С. 45–51.
5. Boston Consulting Group. Your Supply Chain Needs a Sustainability Strategy. URL: <https://www.bcg.com/publications/2020/supply-chain-needs-sustainability-strategy>
6. Frontiers in Psychology. Corporate Social Responsibility and Employee Engagement: Enabling Employees to Employ More of Their Whole Selves at Work. URL: <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2016.00796/full>
7. Future of Sustainability Courage to Transform Report-2023. URL: <https://www.thefuturescentre.org/wp-content/uploads/2023/09/Future-of-Sustainability-Courage-to-Transform-Report-2023.pdf>
8. General Motors. 2022 Sustainability Report. P. 6–7. URL: <https://www.gm.com/commitments/sustainability>
9. Home Depot. ESG Report (2022). P. 9–10. URL: https://corporate.homedepot.com/sites/default/files/2022-08/2022_ESG_Report_FINAL_0.pdf

10. International Organization for Standardization. ISO 26000, Social Responsibility. URL: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>
11. Kanji G.K., & Chopra P.K.. Corporate social responsibility in a global economy. *Total Quality Management & Business Excellence*. 2010. № 21(2). С. 119–143. DOI: <https://doi.org/10.1080/14783360903549808>
12. Lyon T.P., Delmas M.A., Maxwell J.W., Bansal P., Chiroleu-Assouline M., Crifo P., Durand R., Gond J.P., King A., Lenox M., & Toffel M. CSR needs CPR: Corporate Sustainability and Politics. *California Management Review*. 2018. No. 60(4). P. 5–24.
13. Singh J., & Ahuja S. Corporate social responsibility and global business: Conceptual framework and practical considerations. *Journal of Global Business*. 2018. No. 9(2). P. 45–60. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11575-018-0335-x>
14. Society for Consumer Psychology. Good Guys Can Finish First: How Brand Reputation Affects Extension Evaluations. URL: <https://myscp.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/jcpy.1109>
15. Starbucks. 2022 Starbucks Global Environmental and Social Impact Report. P. 6 and P. 32. URL: <https://stories.starbucks.com/uploads/2023/06/Starbucks-2022-Global-Environmental-and-Social-Impact-Report.pdf>
16. Weber J., & Wasieleski D. *Corporate Social Responsibility* ([edition unavailable]). Emerald Publishing Limited. Original work published 2018. URL: <https://www.perlego.com/book/580581/corporate-social-responsibility-pdf>
17. World Economic Forum. The business case for sustainability. *World Economic Forum*. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2020/01/business-sustainability/>

References:

1. United Nations Global Compact. Available at: <https://unglobalcompact.org/>
2. Diversity, Equity, and Inclusion Initiative. Available at: <https://www.imd.org/initiatives/dei/imd-diversity-equity-inclusion-initiative/>
3. Kuzmenko O. I. (2020). Corporate social responsibility as a tool for business development in the context of globalization. *Financial Market of Ukraine*, no. 4, pp. 88–95.
4. Rybalka V. I. (2021). The impact of corporate social responsibility on the global economy. *Scientific Bulletin of Economic Sciences*, no. 6(2), pp. 45–51.
5. Boston Consulting Group. Your Supply Chain Needs a Sustainability Strategy. Available at: <https://www.bcg.com/publications/2020/supply-chain-needs-sustainability-strategy>
6. *Frontiers in Psychology*. Corporate Social Responsibility and Employee Engagement: Enabling Employees to Employ More of Their Whole Selves at Work. Available at: <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2016.00796/full>
7. Future of Sustainability Courage to Transform Report-2023. Available at: <https://www.thefuturescentre.org/wp-content/uploads/2023/09/Future-of-Sustainability-Courage-to-Transform-Report-2023.pdf>
8. General Motors. 2022 Sustainability Report. P. 6–7. Available at: <https://www.gm.com/commitments/sustainability>
9. Home Depot. ESG Report (2022). P. 9–10. Available at: https://corporate.homedepot.com/sites/default/files/2022-08/2022_ESG_Report_FINAL_0.pdf
10. International Organization for Standardization. ISO 26000, Social Responsibility. Available at: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>
11. Kanji G. K., & Chopra P. K. (2010). Corporate social responsibility in a global economy. *Total Quality Management & Business Excellence*, no. 21(2), pp. 119–143. DOI: <https://doi.org/10.1080/14783360903549808>
12. Lyon T. P., Delmas M. A., Maxwell J. W., Bansal P., Chiroleu-Assouline M., Crifo P., Durand R., Gond J. P., King A., Lenox M., & Toffel M. (2018). CSR needs CPR: Corporate Sustainability and Politics. *California Management Review*, no. 60(4), pp. 5–24.
13. Singh J., & Ahuja S. (2018). Corporate social responsibility and global business: Conceptual framework and practical considerations. *Journal of Global Business*, no. 9(2), pp. 45–60. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11575-018-0335-x>
14. Society for Consumer Psychology. Good Guys Can Finish First: How Brand Reputation Affects Extension Evaluations. Available at: <https://myscp.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/jcpy.1109>
15. Starbucks. 2022 Starbucks Global Environmental and Social Impact Report. P. 6 and P. 32. Available at: <https://stories.starbucks.com/uploads/2023/06/Starbucks-2022-Global-Environmental-and-Social-Impact-Report.pdf>
16. Weber J., & Wasieleski D. (2018). *Corporate Social Responsibility* ([edition unavailable]). Emerald Publishing Limited. Original work published 2018. Available at: <https://www.perlego.com/book/580581/corporate-social-responsibility-pdf>
17. World Economic Forum (2020). The business case for sustainability. *World Economic Forum*. Available at: <https://www.weforum.org/agenda/2020/01/business-sustainability/>

Стаття надійшла до редакції 29.11.2024 р.