

УДК 658.408.5

О. В. Вакун,
 к. е. н., доцент, доцент кафедри управління та адміністрування,
 Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту
 Західноукраїнського національного університету
 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7774-7204>
 М. Я. Заяць,
 к. е. н., доцент кафедри управління та адміністрування,
 Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту
 Західноукраїнського національного університету
 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5073-9247>
 М. І. Готич,
 к. філ. н., ст.викладач кафедри управління та адміністрування,
 Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту
 Західноукраїнського національного університету
 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3499-917X>

DOI: 10.32702/2306-6814.2023.20.79

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ГЛОБАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ СВІТІ

O. Vakun,
 PhD in Economics, Associate Professor, Ivano-Frankivsk Educational
 and Scientific Institute of Management West Ukrainian National University
 M. Zaiats,
 PhD in Economics, Associate Professor, Ivano-Frankivsk Educational
 and Scientific Institute of Management West Ukrainian National University
 M. Hotych,
 PhD in Economics, Associate Professor, Ivano-Frankivsk Educational
 and Scientific Institute of Management West Ukrainian National University

SOCIAL RESPONSIBILITY OF GLOBAL CORPORATIONS AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL IN A GLOBALIZED WORLD

Глобалізація відіграє ключову роль у взаємодії глобальних корпорацій та суспільства. Спрямовуючи увагу на соціальну відповідальність, корпорації формують особливий контекст, в якому їхні дії визначають не лише фінансовий успіх, але й сприяють розвитку людського капіталу. Вплив глобальних корпорацій на якість життя та розвиток громадян у різних країнах стає ключовим аспектом. Ініціативи корпорацій, спрямовані на покращення умов освіти, медичної допомоги та зменшення бідності, підвищують рівень людського капіталу та сприяють сталому розвитку. Аналіз конкретних соціально відповідальних ініціатив глобальних корпорацій вказує на їхню активну роль у формуванні людського капіталу. Партнерства з освітніми установами, програми соціального захисту та заходи для зменшення впливу на довкілля свідчать про пошук нових стандартів у сфері соціальної відповідальності. Вплив соціальної відповідальності глобальних корпорацій має особливий вагомий внесок у підтримку різних сегментів населення та робочої сили. Інновації в навчанні, розвиток кар'єри та підвищення задоволеності роботою визначають успішність стратегій розвитку людського капіталу. Дослідження підкреслює, що гло-

бальні корпорації мають потенціал сприяти розвитку людського капіталу через соціальну відповідальність. Це робить їхні ініціативи не лише ключовими для внутрішньокорпоративної ефективності, але й визначальними у фасилітації сталого розвитку суспільства в цілому. Узростаючому контексті цифрової економіки важливо переглядати підходи до соціальної відповідальності, спрямовані на підтримку працівників, які працюють віддалено, щоб забезпечити адаптацію до нових умов праці.

Globalization plays a key role in the interaction of global corporations and society. By focusing on social responsibility, corporations form a special context in which their actions determine not only financial success, but also contribute to the development of human capital. One of the key aspects of the impact of global corporations on the development of human capital is the impact of social responsibility on the quality of life and development of citizens in different countries. Global corporations, taking into account this factor, can contribute to the improvement of educational conditions, ensuring access to quality medical care and reducing the level of poverty. The impact of global corporations on the quality of life and development of citizens in different countries is becoming a key aspect. Corporate initiatives to improve education, health care, and poverty alleviation increase human capital and contribute to sustainable development. Analysis of specific socially responsible initiatives of global corporations indicates their active role in the formation of human capital. Partnerships with educational institutions, social protection programs and measures to reduce the impact on the environment indicate the search for new standards in the field of social responsibility. The impact of social responsibility of global corporations has a particularly significant contribution to support various segments of the population and workforce. Innovations in education, career development and increased job satisfaction determine the success of human capital development strategies. The study highlights that global corporations have the potential to promote human capital development through social responsibility. Global corporations provide continuous training and professional development of their employees throughout the entire period of their work. This ensures not only an increase in the productivity of employees of corporations, but also an increase in their income. In addition, the acquired knowledge and qualifications provide such employees with competitiveness in the labor market. This makes their initiatives not only key to intra-corporate efficiency, but also decisive in facilitating the sustainable development of society as a whole. In the growing context of the digital economy, it is important to review social responsibility approaches aimed at supporting remote workers to ensure adaptation to new working conditions.

Ключові слова. Глобалізація, глобальні корпорації, соціальна відповідальність, стратегічний розвиток, людський капітал.

Key words: Globalization, global corporations, social responsibility, strategic development, human capital.

АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОБЛЕМИ

Глобалізація здійснила значний вплив на функціонування корпорацій та їх взаємодію із суспільством. У цьому контексті соціальна відповідальність глобальних корпорацій набуває особливого значення, адже вона може визначати не лише фінансовий успіх компанії, але й сприяти розвитку людського капіталу. Одним із ключових аспектів впливу глобальних корпорацій на розвиток людського капіталу є вплив соціальної відповідальності на якість життя та розвиток громадян у різних країнах. Глобальні корпорації, враховуючи цей фактор, можуть сприяти покращенню умов освіти, забезпеченню доступу до якісної медичної допомоги та зменшенню рівня бідності. Це, в свою чергу, сприяє підвищенню рівня людського капіталу та створенню умов для сталого розвитку суспільства.

Крім того, вивчення впливу соціальної відповідальності глобальних корпорацій на людський капітал вклю-

чає аналіз конкретних ініціатив, які ці компанії впроваджують. Це може бути партнерство з освітніми установами, програми соціального захисту для працівників, або заходи щодо зменшення впливу їхньої діяльності на довкілля. Оцінка таких ініціатив дозволяє зрозуміти, наскільки ефективним є соціально відповідальний підхід корпорацій у контексті розвитку людського капіталу.

Варто окремо наголосити на впливі соціальної відповідальності корпорацій на різні сегменти населення, зокрема, на робочу силу. Інновації в сфері навчання та розвитку працівників, створення умов для розвитку кар'єри та підвищення рівня задоволеності роботою є важливими аспектами розвитку людського капіталу.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Вивчення аспектів соціальної відповідальності глобальних корпорацій в публікаціях різних дослідників

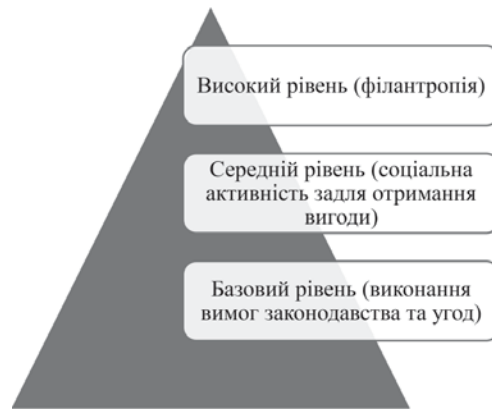


Рис. 1. Рівні корпоративної соціальної відповідальності

Джерело: розроблено автором.

розкриває багатогранність цієї проблематики. Загалом можна виділити кілька напрямів досліджень різних аспектів соціальної відповідальності глобальних корпорацій. Частина досліджень спрямовані на формування розуміння соціальної відповідальності глобальних корпорацій та ідентифікацію соціальної відповідальності з точки зору діяльності корпорацій [1, 3, 5, 11]. Дослідники зазначають, що соціальна відповідальність корпорацій стає міждисциплінарною і дане питання не може досліджувати окремо з соціальної чи економічної точки зору. Парадигма даного питання є значно ширшою і охоплює увесь спектр взаємодії корпорацій та суспільства.

Друга група досліджень присвячена еволюції соціальної відповідальності корпорацій та її адаптації до викликів сучасного динамічного глобалізованого світу [2, 4, 7, 8]. Дослідники вказують, що еволюція соціальної відповідальності корпорацій демонструє динамічний розвиток взаємодії корпорацій та суспільства. Зовнішні виклики, такі, як економічно-фінансові кризи або пандемія Covid 19, трансформують діяльність корпорацій в галузі соціальної відповідальності. З боку суспільства з'являються нові запити щодо покращення взаємодії корпорацій з працівниками, а зі сторони корпорацій спостерігається трансформація розуміння ролі працівників у досягненні стратегічних цілей корпорацій. Все це вказує на динамічність та розвиток цього явища, яке потребує подальшого дослідження.

Третя група досліджень присвячена аналізу практики реалізації соціальної відповідальності глобальними корпораціями [9, 10, 12]. Автори доходять висновку, що реалізація соціальної відповідальності транслює корпоративну культуру, цінності, лідерство та моделі управління в корпорації. З огляду на це, у кожній окремій корпорації модель реалізації політики соціальної відповідальності буде відрізнятися.

Загалом, ці дослідження внесли суттєвий внесок у розуміння соціальної відповідальності глобальних корпорацій. Вчені спрямовують свої зусилля на зміцнення ролі корпорацій у вирішенні суспільних проблем, сприяючи сталому розвитку та створюючи більш збалансований та екологічно стійкий бізнес. Проте, актуальним залишається питання дослідження інструментів, якими глобальні корпорації реалізують політики соціальної відповідальності і яким чином це може сприяти розвитку людського капіталу.

МЕТА РОБОТИ

Метою дослідження є визначення ролі та способів, якими глобальні корпорації можуть впливати на формування людського капіталу за допомогою реалізації політики соціальної відповідальності.

ВИКЛАДЕННЯ ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

У 1970-х роках великі західні компанії розпочали реалізацію заходів по консолідації структурних блоків корпоративної політики, які пов'язані з управлінням людським капіталом. Згодом це трансформувалось у структуровані політики по взаємодії із зовнішнім середовищем, які отримали назву корпоративної соціальної відповідальності. Протягом минулих десятиліть було проведено різноманітні наукові дослідження, результати яких підтверджують позитивний вплив корпоративної соціальної відповідальності на імідж та бренд корпорацій. Розробка та реалізація політик соціальної відповідальності забезпечувала підвищення попиту на продукцію та послуги, які надавали соціально відповідальні корпорації. Це, в свою чергу забезпечувало таким корпораціям конкурентні переваги, що посилювало інтерес до концепції соціальної відповідальності.

Соціальна відповідальність для корпорацій стала настільки важливою, що при формуванні бюджетів у них почали закладатися витрати на корпоративну соціальну відповідальність. Важливо розуміти, що програми у сфері соціальної відповідальності корпорацій не лише демонструють соціальну відповідальність компаній перед громадськістю, але й через поліпшення іміджу сприяють підвищенню впізнаваності товарів та послуг, забезпечуючи їхню привабливість для споживача та внаслідок цього і збільшення прибутку.

Проте, соціальна відповідальність корпорацій має різні рівні в залежності від мотивації та ключових цілей, яких хоче досягнути корпорації реалізуючи політики соціальної відповідальності (рис. 1).

Наведені на рис. 1 рівні корпоративної соціальної відповідальності демонструють різницю у підходах до соціальної відповідальності між обов'язковими вимогами суспільства, які зобов'язані дотримуватися підприємства щодо соціальних стандартів і законодавчих актів, та добровільною діяльністю корпорацій щодо розвитку людського капіталу.

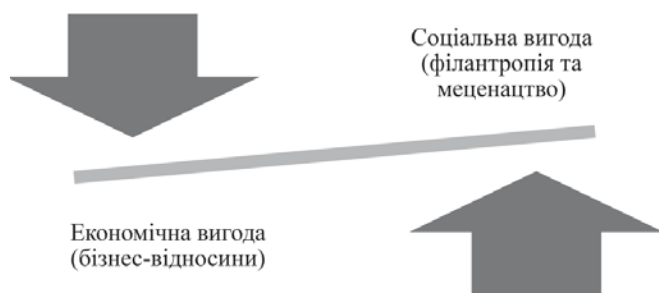


Рис. 2. Напрями розвитку стратегії соціальної відповідальності корпорацій

Джерело: розроблено автором.

Майкл Портер сформулював теорію фокусованої соціальної відповідальності, яка спрямована на вибрані менеджментом компанії цільові групи зацікавлених сторін з метою реалізації соціальних ініціатив і проектів [6]. Реалізація таких ініціатив позитивно впливає на досягнення не лише фінансових і економічних показників, але й соціальних аспектів діяльності компанії. За словами Портера, ключовим є вибір тих напрямків, в яких організації повинні зосереджувати свої соціально спрямовані дії для покращення іміджу серед цільових груп споживачів, що веде до збільшення конкурентоспроможності та вибору оптимальних шляхів реалізації намічених завдань. Схематично напрями розвитку такої стратегії зображені на рис. 2.

Процес розробки стратегії соціальної відповідальності корпорацій є складним і має багатоетапний характер, вимагаючи значних зусиль та спеціалізованих знань у сфері соціальних питань від менеджменту корпорації. Стратегія соціальної відповідальності повинна передбачати імплементацію концепцій допомоги та відповідальності у основну стратегію розвитку корпорації, орієнтовану на формування довгострокових конкурентних переваг в соціальній сфері, у поєднанні з економічними вигодами. Корпорації, що впроваджують політики соціальної відповідальності, не повинні розглядати соціальну відповідальність як витрати. Соціальна відповідальність повинна розглядатись як можливість отримання користі та переваг шляхом інвестування в майбутнє. Розглянемо основні стадії розвитку соціальної відповідальності на рівні корпорацій (рис. 3).

Основним принципом корпоративної соціальної відповідальності завжди було та залишається невідкладне виконання законодавчих актів і правил, встановлених на державному рівні. Таким чином, першим кроком для корпорації, яка прагне бути соціально відповідальною, є аналіз власної діяльності та приведення її у відповідність до чинних законодавчих норм та підзаконних актів, створюючи правову основу для розробки та реалізації політик соціальної відповідальності.

Наступні етапи включають досягнення більших рівнів соціальної відповідальності через проведення ініціатив на добровільній основі. Ці ініціативи спрямовані на вирішення соціальних проблем, покращення екології, підвищення безпеки та екологічності товарів, а також впровадження наукових розробок і дослідницьких проектів. Громадянський етап є найбільш важливим у впровадженні соціальної відповідальності в корпораціях. Цей етап передбачає активну участь корпорації у просуванні принципів соціальної допомоги та відповідальності в бізнес-спільноті. Це включає популяризацію серед контрагентів, зарубіжних партнерів і кредитно-фінансових інститутів, а також залучення їх до власних проектів та ініціатив соціального характеру.

Розробляючи та реалізуючи політики соціальної відповідальності, корпорації повинні перетворитися зі споживачів соціальних благ у генераторів нових напрямів та провайдерів ідей, створюючи сприятливе середовище для досягнення поставлених цілей та спільних дій на користь позитивних змін. У рамках соціальних програм корпорацій відзначається виконання декларованих принципів та прав у сфері праці, дотримання міжнародних стандартів, а також покращення трудових умов, забезпечення безпеки праці та соціальної захищеності працівників, що демонструє соціальну значущість діяльності корпорацій у суспільстві через розширення програм соціальної відповідальності.

Надання корпоративних соціальних гарантій працівникам та ветеранам трудових колективів вирішується через наступні стратегічні напрями:

1. Регулювання питань праці та зайнятості: впровадження соціально відповідального реструктурування; застосування мотиваційних стимулів та системи оплати

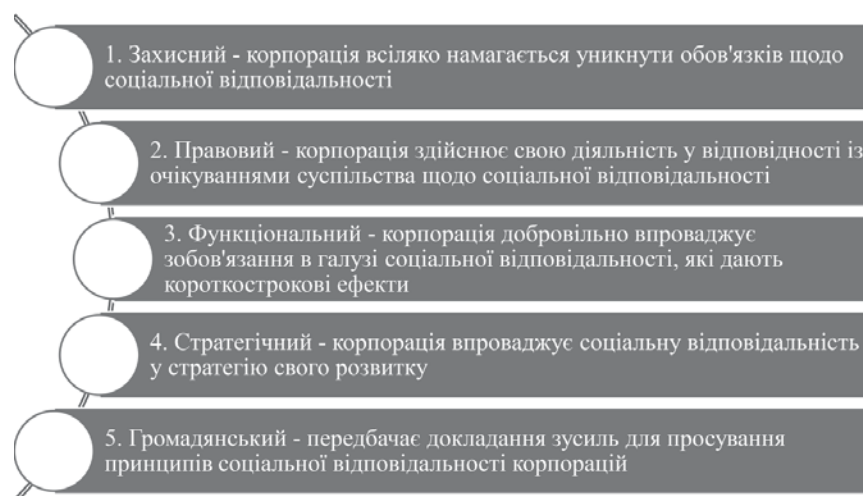


Рис. 3. Етапи розвитку соціальної відповідальності у корпораціях

Джерело: розроблено автором.

праці, що враховує можливості здобуття додаткової освіти та підвищення кваліфікації; забезпечення виробничої безпеки, дотримання норм охорони праці та вимог до впливу на довкілля; реалізація корпоративних програм для молодих спеціалістів, працівників із великим стажем та фахівців з високою кваліфікацією.

2. Додаткове страхування та пенсійне забезпечення: впровадження добровільного медичного страхування для співробітників та їхніх сімей; участь у програмах недержавного пенсійного забезпечення на вибір співробітників; реалізація особистого страхування корпоративного типу.

3. Соціальна допомога та підтримка слабозахищених категорій фахівців: надання допомоги та підтримки фахівцям та інвалідам, які вийшли на пенсію; врахування потреб постраждалих від аварій та нещасних випадків, а також фахівців із професійними захворюваннями; допомога членам сімей працівників у разі матеріальних труднощів, наявності кількох дітей та (або) інвалідів.

4. Корпоративна система підвищення якості життя та умов праці: надання додаткових днів відпустки та професійних свят; виготовлення абонементів на програми оздоровлення, спортивні та культурні заходи; допомога у придбанні житла за сприятливими умовами оплати або надання безвідсоткових позик.

При проведенні аналізу переліку корпоративних соціальних видів підтримки та допомоги стає очевидним, що з багатьох позицій архітектура корпоративних соціальних гарантій для працівників та архітектура соціального захисту населення з боку держави мають аналогічний вигляд. Цільовими групами одержувачів є схожі категорії громадян, існує подвійність заходів допомоги та підтримки; наприклад, багато корпорацій надають матеріальну допомогу, доповнюючи державну дитячу допомогу для догляду за дитиною. Часто виплачується додаткова компенсація паралельно з допомогою у зв'язку з тимчасовою непрацездатністю, а також у зв'язку з материнством, вагітністю та пологами. Механізми та форми надання заходів підтримки також мають схожий характер, охоплюючи компенсації, пільги, допомоги, безвідсоткові іпотечні кредити, пільги та послуги у натуральному вираженні. Проводячи вказані заходи, компанії домагаються зростання людського капіталу, та гудвіл компанії продовжує активно розвиватися, утверджуючи ланцюжки державно-приватного партнерства.

ВИСНОВКИ

Результати проведеного дослідження свідчать, що глобальні корпорації мають великий потенціал у розвитку людського капіталу через розробку та реалізацію політики соціальної відповідальності. Їхні ініціативи виходять за межі стандартних корпоративних меж і визначають нові стандарти у сфері соціальної відповідальності. Глобальні корпорації, співпрацюючи з урядами, неурядовими організаціями та іншими зацікавленими сторонами, забезпечують фінансову підтримку, технологічні інновації та експертні знання для соціальних ініціатив. Це впливає на підвищення рівня освіти, розвиток навичок та підготовку робочої сили, що в свою чергу зміцнює потенціал суспільства та забезпечує сталий розвиток.

Важливим аспектом формування людського капіталу є підтримка та сприяння підвищенню кваліфікації працівників. Глобальні корпорації забезпечують постійне навчання та підвищення кваліфікації своїх працівників протягом усього періоду їх роботи. Це забезпечує не лише зростання продуктивності працівників корпорацій, але і зростання їх доходу. Крім того, отримані знання та кваліфікація забезпечують таким працівникам конкурентоспроможність на ринку праці. Проте, особливої уваги потребують дослідження реалізації соціальної відповідальності корпорацій в умовах цифровізації економіки. При збільшенні частки працівників, що працюють віддалено, зростає необхідність перегляду та адаптації політик соціальної відповідальності у відповідності до нових умов роботи працівників.

Література:

1. Chu M., Muhamad H.B., Mustapha M.B., San O.T., Zan F., Jia X. Research Trends in Corporate Social Responsibility and Innovation: A Bibliometric Analysis. *Sustainability*. 2022. 14 (21): 14185. URL: <https://doi.org/10.3390/su142114185> (дата звернення: 30.09.2023)
2. Fatima T. and Elbanna S. Corporate Social Responsibility (CSR) Implementation: A Review and a Research Agenda Towards an Integrative Framework. *Journal of Business Ethics*. 2022. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-022-05047-8> (дата звернення: 30.09.2023).
3. Jae-Eun Lee and Young Soo Yang. The Impact of Corporate Social Responsibility Performance Feedback on Corporate Social Responsibility Performance. 2022. URL: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2022.893193/full> (дата звернення: 30.09.2023).
4. Latapi Agudelo M.A., Johannsdottir L., Davidsdottir B.A. Literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*. 2019, Volume 4, Article number: 1. URL: <https://doi.org/10.1186/s40991-018-0039-y> (дата звернення: 30.09.2023).
5. Nave A., Ferreira J. Corporate social responsibility strategies: Past research and future challenges. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 2019. Volume 26. Issue 4. PP. 885—901. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/csr.1729> (дата звернення: 30.09.2023).
6. Porter M.E., Kramer M.R. Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*. 2006. URL: https://blogs.ubc.ca/courseblogcl_ubc_comm_101_101_2014w1_44739-cl_ubc_comm_101_101_2014w1_44739_2045960_1/files/2014/04/Comm-101_Porter-2006.pdf (дата звернення: 30.09.2023).
7. Riano J., Yakovleva N. Corporate Social Responsibility. *Responsible Consumption and Production*. 2020. pp. 106—117. URL: https://www.researchgate.net/publication/340276436_Corporate_Social_Responsibility (дата звернення: 30.09.2023).
8. Riegler M. Towards a definition of sustainable banking — a consolidated approach in the context of guidelines and strategies. *International Journal of Corporate Social Responsibility*. 2023, Volume 8, Article

number: 5. URL: <https://doi.org/10.1186/s40991-023-00078-4> (дата звернення: 30.09.2023)8

9. Sang Kim Tran. GOOGLE: A Reflection of Culture, Leader, and Management. Journal of Corporate Social Responsibility. 2017. 2. URL: <https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-017-0021-0> (дата звернення: 30.09.2023).

10. Tilt C.A. Corporate social responsibility research: the importance of context. International Journal of Corporate Social Responsibility. 2016, Volume 1, Article number: 2. URL: <https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-016-0003-7> (дата звернення: 30.09.2023).

11. Wickert C. Corporate Social Responsibility Research in the Journal of Management Studies: A Shift from a Business-Centric to a Society-Centric Focus. Journal of Management Studies. 2021. Volume 58, Issue 8. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/joms.12775> (дата звернення: 30.09.2023)

12. Wu L., Jin S. Corporate Social Responsibility and Sustainability: From a Corporate Governance Perspective. Sustainability. 2022. 14(22)15457. URL: https://www.researchgate.net/publication/365653546_Corporate_Social_Responsibility_and_Sustainability_From_a_Corporate_Governance_Perspective (дата звернення: 30.09.2023)

References:

1. Chu, M., Muhamad, H.B., Mustapha, M.B., San, O.T., Zan, F. and Jia, X. (2022), "Research Trends in Corporate Social Responsibility and Innovation: A Bibliometric Analysis", Sustainability, vol. 14 (21): 14185, available at: <https://doi.org/10.3390/su142114185> (Accessed 30 Sep 2023).

2. Fatima, T. and Elbanna, S. (2022), "Corporate Social Responsibility (CSR) Implementation: A Review and a Research Agenda Towards an Integrative Framework", Journal of Business Ethics, available at: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-022-05047-8> (Accessed 30 Sep 2023).

3. Jae-Eun Lee and Young Soo Yang. (2022), "The Impact of Corporate Social Responsibility Performance Feedback on Corporate Social Responsibility Performance", available at: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2022.893193/full> (Accessed 30 Sep 2023).

4. Latapi Agudelo, M.A., Johannsdottir, L. and Davidsdottir, B.A. (2019), "Literature review of the history and evolution of corporate social responsibility", International Journal of Corporate Social Responsibility, Volume 4, Article number: 1, available at: <https://doi.org/10.1186/s40991-018-0039-y> (Accessed 30 Sep 2023).

5. Nave, A. and Ferreira, J. (2019), "Corporate social responsibility strategies: Past research and future challenges", Corporate Social Responsibility and Environmental Management, Volume 26, Issue 4, pp. 885—901, available at: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/csr.1729> (Accessed 30 Sep 2023).

6. Porter, M.E. and Kramer, M.R. (2006), "Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility", Harvard Business Review, available at: <https://blogs.ubc.ca/courseb->

[logcl_ubc_comm_101_101_2014w1_44739-cl_ubc_comm_101_101_2014w1_44739_2045960_1/files/2014/04/Comm-101_Porter-2006.pdf](https://doi.org/10.1186/s40991-023-00078-4) (Accessed 30 Sep 2023).

7. Riano, J. and Yakovleva, N. (2020), "Corporate Social Responsibility", Responsible Consumption and Production, pp. 106-117, available at: https://www.researchgate.net/publication/340276436_Corporate_Social_Responsibility (Accessed 30 Sep 2023).

8. Riegler, M. (2023), "Towards a definition of sustainable banking — a consolidated approach in the context of guidelines and strategies", International Journal of Corporate Social Responsibility, Volume 8, Article number: 5, available at: <https://doi.org/10.1186/s40991-023-00078-4> (Accessed 30 Sep 2023).

9. Sang Kim Tran. (2017), "GOOGLE: A Reflection of Culture, Leader, and Management", Journal of Corporate Social Responsibility, vol. 2, available at: <https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-017-0021-0> (Accessed 30 Sep 2023).

10. Tilt, C.A. (2016), "Corporate social responsibility research: the importance of context", International Journal of Corporate Social Responsibility, Volume 1, Article number: 2, available at: <https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-016-0003-7> (Accessed 30 Sep 2023).

11. Wickert, C. (2021), "Corporate Social Responsibility Research in the Journal of Management Studies: A Shift from a Business-Centric to a Society-Centric Focus", Journal of Management Studies, Volume 58, Issue 8, available at: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/joms.12775> (Accessed 30 Sep 2023).

12. Wu, L. and Jin, S. (2022), "Corporate Social Responsibility and Sustainability: From a Corporate Governance Perspective", Sustainability, vol. 14 (22) 15457, available at: https://www.researchgate.net/publication/365653546_Corporate_Social_Responsibility_and_Sustainability_From_a_Corporate_Governance_Perspective (Accessed 30 Sep 2023).

Стаття надійшла до редакції 03.10.2023 р.

<https://nayka.com.ua>

Електронне фахове видання

Ефективна
ЕКОНОМІКА

Виходить 12 разів на рік

**Журнал включено до переліку наукових фахових видань України з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б»)
Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292**

e-mail: economy_2008@ukr.net

 viber: +38 050 3820663