

*Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.*

*Ефективна економіка. 2023. № 9.*

**DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.9.34>**

**УДК 658.408.5**

*Н. В. Аністратенко,*

*к. е. н., доцент,*

*Київський Національний економічного університету ім. В.Гетьмана*

*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1416-8766>*

## **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ГЛОБАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ**

*N. Anistratenko,*

*PhD in Economics, Assistant Professor,*

*Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman*

## **SOCIAL RESPONSIBILITY OF GLOBAL CORPORATIONS**

*Соціальна відповідальність глобальних корпорацій актуалізується у сучасному світі, де вирішення багатьох соціальних проблем потребує кооперації різних інституційних суб'єктів. Зосередження на соціальній відповідальності може забезпечити корпораціям стратегічну перевагу на ринку, збільшити лояльність клієнтів та привернути талановитих фахівців. Кризи, пов'язані з кліматом, нерівністю, зростанням населення та іншими глобальними проблемами, вимагають активної участі*

корпорацій у пошуку сталого розвитку та забезпеченні соціальної стабільності. На основі такого розуміння ролі та можливостей глобальних корпорацій, наша позиція полягає в тому, що вони повинні залучати свої ключові активи до реалізації колективних зусиль. Корпорації володіють знанням, як визначати та досягати цілей в обмежені строки та бюджет. Вони розуміють управління змінами та володіють мистецтвом переговорів. Корпоративний прагматизм, підзвітність та прийняття рішень на основі даних можуть подолати бюрократичну тяганину та ідеологічні розбіжності, що часто утруднюють урядам та неурядовим організаціям. З метою спільного вирішення глобальних проблем та забезпечення стійкого розвитку, глобальні корпорації повинні активно співпрацювати з урядами, неурядовими організаціями та іншими зацікавленими сторонами. Це допоможе забезпечити більш ефективні результати у соціальній сфері та підтримати позитивний вплив на суспільство та довкілля.

*The social responsibility of global corporations is actualized in the modern world, where solving many social problems requires the cooperation of various institutional subjects. A focus on social responsibility can provide corporations with a strategic advantage in the marketplace, increase customer loyalty, and attract talented professionals. Crises related to the climate, inequality, population growth and other global problems require the active participation of corporations in the search for sustainable development and ensuring social stability. Based on this understanding of the role and capabilities of global corporations, our position is that they must bring their key assets to bear on collective efforts. Corporations know how to set and achieve goals within a limited time frame and budget. They understand change management and master the art of negotiation. Corporate pragmatism, accountability and data-driven decision-making can overcome the bureaucratic red tape and ideological*

*divisions that often hamper governments and non-governmental organizations. In order to jointly solve global problems and ensure sustainable development, global corporations must actively cooperate with governments, non-governmental organizations and other stakeholders. This will help ensure more effective results in the social sphere and support a positive impact on society and the environment. The study showed that the role of global corporations in the implementation of social responsibility policy has significant prospects. The social responsibility of global corporations in its influence goes beyond the boundaries of the corporation itself and affects the local level of its base. Global corporations play an important role in solving problems through a collective social responsibility approach. This approach involves collaboration and partnership between corporations, governments, nongovernmental organizations and other stakeholders to jointly solve global problems and improve people's lives. The collective social responsibility approach allows global corporations to make a significant positive impact on society, helping to solve important social problems and promoting sustainable development. Such a joint approach improves the efficiency of activities and ensures a more balanced and responsible development of society.*

**Ключові слова.** *Стратегічне управління, глобальні корпорації, соціальна відповідальність, стратегічний розвиток, колективний вплив.*

**Keywords:** *Strategic management, global corporations, social responsibility, strategic development, collective impact.*

**Актуальність проблеми.** Соціальна відповідальність глобальних корпорацій є однією з найбільш актуальних тем у сучасному світі. Зростаючий вплив корпорацій на глобальну економіку та соціальні процеси привертає увагу громадськості та державних органів. Широка

громадськість стає все більш обізнаною щодо впливу корпорацій на навколишнє середовище, права працівників, виробництво та споживання товарів. Загальна усвідомленість соціальної відповідальності корпорацій сприяє підвищенню вимог щодо їхньої діяльності та взаємодії зі суспільством. Крім того, зростаюча конкуренція та доступність інформації змушують корпорації дотримуватись вищих етичних стандартів. Покупці та інвестори все більше спрямовані на співпрацю з компаніями, які діють з відповідальністю, що впливає на їх прибутковість. Зосередження уваги на соціальній відповідальності може забезпечити корпораціям стратегічну перевагу на ринку, збільшити лояльність клієнтів та залучити талановитих фахівців. Кризи, пов'язані з кліматом, нерівністю, збільшенням населення та іншими глобальними проблемами, вимагають активної ролі корпорацій у пошуку сталого розвитку та забезпеченні соціальної стабільності.

Таким чином, соціальна відповідальність глобальних корпорацій є актуальним і важливим питанням для розуміння впливу цих компаній на суспільство, економіку та навколишнє середовище. Дослідження цієї теми сприятиме формуванню більш ефективних стратегій для створення сталої та збалансованої економіки.

**Аналіз останніх наукових досліджень.** Дослідження питання соціальної відповідальності глобальних корпорацій досліджували багато вчених. Варто зазначити, що соціальна відповідальність корпорацій як тема дослідження дуже поширена, хоч і виникла відносно нещодавно. Дже-Ен Лі та Янг Су Ян [5] досліджують вплив зворотного зв'язку щодо ефективності корпоративної соціальної відповідальності на результативність корпоративної соціальної відповідальності. Фатіма та Ельбанна [4] розглядали питання впровадження соціальної відповідальності корпорацій та пропонують інтегративну структуру для розуміння як компанії можуть ефективно впроваджувати ініціативи

соціальної відповідальності. Структура визначає чотири ключові виміри: 1) стратегічне узгодження; 2) організаційна структура; 3) розподіл ресурсів; 4) системи управління.

Чу М., Мухамад Х.Б., Мустафа М.Б., Сан О.Т., Зан Ф., Джіа Х. [2] аналізували тенденції досліджень у сфері корпоративної соціальної відповідальності та інновацій. Автори вважають, що ця сфера стає все більш міждисциплінарною і потребує формування стратегічного підходу для її успішної реалізації на практиці.

Вікерт [11] розглядає еволюцію дослідження корпоративної соціальної відповідальності. Автор виявив, що у дослідженнях цієї тематики в останні роки відбулось зміщення фокусу від бізнес-центричної перспективи до суспільно-центричної. Це є свідченням того, що соціальна відповідальність корпорацій розуміється як благо саме для суспільства, а не елемент корпоративної стратегії самих корпорацій

Арчі Б. Керролл [1] переглядає піраміду корпоративної соціальної відповідальності. Автор стверджує, що піраміда залишається корисною структурою для розуміння соціальної відповідальності корпорацій, але її необхідно оновити, щоб відобразити мінливий характер цього поняття.

Санг Кім Тран [9] досліджував практику корпоративної соціальної відповідальності в Google. Автори стверджують, що практика соціальної відповідальності в Google є відображенням її культури, лідерства та управління.

Маурісіо Андрес Латапі Агудело, Лара Йоханнсдоттір і Брюнхільдур Давідсдоттір [6] зробили всебічний огляд історії та еволюції корпоративної соціальної відповідальності. Отримані результати свідчать про те, що соціальна відповідальність корпорацій продовжує бути актуальною темою досліджень, яка набуває все більшої популярності.

Керол Тілт [10] стверджує, що контекст, у якому здійснюється соціальна відповідальність корпорацій, є важливим. Автор стверджує, що контекст реалізації цієї політики визначає її ефективність та ефекти, які вона породжує як для самої корпорації, так і для суспільства.

Ріглер М. [8] пропонує консолідований підхід до визначення сталого банківського бізнесу, який базується на реалізації корпоративної соціальної відповідальності. Автори стверджують, що стійкий банківський бізнес слід визначати з точки зору його настанов і стратегій. А основною стратегією має бути успішна реалізація політики соціальної відповідальності банку.

Енет та Стур [3] досліджували вплив корпоративної соціальнополітичної активності на розподіл портфелів. Автори виявляють, що соціально-політична активність компаній може призвести до зниження вартості акцій компанії. Причина цього полягає у виникненні політичних ризиків для компанії. Натомість політика соціальної відповідальності впливає позитивно на сприйняття інвесторами навіть за умови додаткових витрат на її реалізацію.

Ці вчені та багато інших дослідників внесли значний внесок у розуміння соціальної відповідальності глобальних корпорацій. Вони працюють над зміцненням ролі корпорацій у вирішенні важливих суспільних проблем, сприяючи сталому розвитку та забезпеченню більш збалансованого та екологічно стійкого бізнесу. В своєму дослідженні ми спиратимемось на класичну роботу Портера та Крамера [4], яка є фундаментальною базою усіх досліджень соціальної відповідальності корпорацій.

**Мета роботи.** Метою дослідження є визначенні ролі та інструментів реалізації соціальної відповідальності глобальних корпорацій в сучасних умовах розвитку суспільства.

## **Викладення основного матеріалу дослідження.**

У минулому, компанії переважно концентрувались на своїй прибутковості та забезпеченні власних інтересів, рідко сприймаючи себе як агентів соціальних змін. Однак, зростаючий зв'язок між соціальним прогресом і успіхом бізнесу стає дедалі очевиднішим. Сучасне бізнессередовище вимагає від компаній врахування соціальних, екологічних та етичних аспектів у своїй діяльності. Розуміння того, що стимулювання та підтримка соціального прогресу може призвести до зниження бідності, забруднення та хвороб, сприяє народженню нового підходу у бізнесі. Багато компаній зосереджуються на збалансованому підході, де зважають на свої фінансові цілі, але також дбають про добробут суспільства та природного середовища.

Таке розуміння спричинило з'явлення багатьох фондів та ініціатив, спрямованих на подолання соціальної нерівності, боротьбу зі зміною клімату, забезпечення доступу до освіти, води, енергії, тощо. Бізнесорієнтовані фонди стають агентами позитивних змін, інвестуючи в ініціативи, спрямовані на поліпшення соціальних та екологічних умов у різних регіонах світу. Такий підхід допомагає компаніям стати не лише успішними бізнесами, але й справжніми лідерами, які беруть відповідальність за свої дії та вплив на суспільство. Підтримка соціального прогресу створює сприятливу атмосферу для підприємництва, залучає більше інвесторів та клієнтів, і сприяє більш стійкому розвитку економіки та суспільства в цілому. Такий напрямок в діяльності бізнесу сприяє створенню кращого майбутнього для всіх на земній кулі.

Але впроваджуючи спільні ціннісні стратегії, корпорації неминуче стикаються з перешкодами на багатьох етапах. Жодна компанія не працює ізольовано; кожен існує в екосистемі, де суспільні умови можуть згорнути його ринки та обмежити продуктивність його постачальників і

дистриб'юторів. Політика уряду має власні обмеження, а культурні норми також впливають на попит. Ці умови знаходяться поза контролем будь-якої компанії або будь-якої окремої особи. Таким чином, для просування спільних цінних зусиль корпорації повинні підтримувати та брати участь у багатогалузевих коаліціях, а для цього їм потрібна нова структура. Уряди, неурядові організації, компанії та члени громад відіграють важливу роль, але вони частіше працюють в опозиції, ніж у згуртуванні. В результаті цього виникає питання, якою має бути стратегія впровадження соціальної відповідальності в глобальних корпораціях, щоб вона досягла успіху.

Формування та реалізація стратегій соціальної відповідальності глобальних корпорацій може бути викликом в умовах протиріч інтересів урядів країн, неурядових організацій та суспільства. Проте, існує кілька підходів та стратегій, які можуть допомогти корпораціям у збереженні балансу між своїми комерційними цілями та відповідальною діяльністю (рис. 1).



**Рис. 1. Стратегії глобальних корпорацій для збереження балансу інтересів в ході реалізації політики соціальної відповідальності**

*Джерело: Розроблено автором*



1. Створення партнерств. Глобальні корпорації можуть співпрацювати з урядами, неурядовими організаціями та іншими зацікавленими сторонами для забезпечення довгострокової сталості та соціальних вигод. Це дозволить залучати додаткові ресурси та експертні знання для реалізації соціальних проектів.

2. Транспарентність: Відкритість у діяльності та звітність щодо досягнень та проблем сприяють довірі з боку суспільства та урядів. Корпорації можуть активно інформувати про свої соціальні ініціативи та результати для підтримки довіри.

3. Сталість: Важливо, щоб стратегії соціальної відповідальності були стійкими і довготривалими. Корпорації повинні довести свою відданість соціальним ініціативам, не зупинятись на одноразових проектах та нести відповідальність за наслідки своєї діяльності.

4. Дослідження та взаємодія: Врахування місцевих контекстів, культурних особливостей та потреб населення допоможе корпораціям створювати більш ефективні соціальні ініціативи, що будуть здійснюватися в партнерстві з місцевими громадами.

5. Комунікація та освіта: Пояснення користі та значущості соціальних ініціатив допомагає зменшити недовіру з боку різних сторін і впливає на формування позитивного сприйняття діяльності корпорацій.

Ключовим елементом є балансування інтересів різних сторін та активна залученість усіх зацікавлених груп у процес прийняття рішень. Глобальні корпорації мають урахувати різні думки та потреби, знаходити компроміси та шукати рішення, які б сприяли не лише їхньому успіху, але й добробуту суспільства в цілому.

Портер та Крамер розглядають таке поняття, як колективний вплив, який може застосовувати корпорації у своїй діяльності щодо реалізації соціальної відповідальності. Компанії, які мають колективний вплив, не

лише сприятимуть соціальному прогресу, але й знайдуть економічні можливості, які їхні конкуренти втрачають. Колективний вплив ґрунтується на ідеї, що соціальні проблеми виникають і зберігаються через складну комбінацію дій і бездіяльності гравців у всіх секторах, і тому можуть бути вирішені лише скоординованими зусиллями цих гравців, від бізнесу до державних установ, благодійних організацій та окремих членів суспільства. Згідно такої концепції, перед тим, як прийняти участь у колективному впливі, кожен учасник, як правило, розглядав проблему виключно зі своєї власної точки зору. Об'єднуючи всі відповідні сторони та забезпечуючи ретельний збір даних і ретельне сприяння, ініціативи колективного впливу сприяють загальному розумінню проблеми. А це, фактично, є першим кроком до її вирішення. Якщо ініціатива має бути успішною, кожна організація має бути представлена вищим керівництвом, яке має повноваження здійснювати зміни у своїй організації. Місцеві громади, які постраждали від проблеми, повинні бути залучені та наділені повноваженнями, а будь-який аналіз даних або запропоновані дії повинні враховувати їх перспективи.

На нашу думку, в цій концепції особлива роль повинна відводитись глобальним корпораціям. Наша позиція ґрунтується на тому, що глобальні корпорації мають зв'язок із великою кількістю людей (як своїх працівників, так і своїх клієнтів) і можуть через них транслювати та впроваджувати зміни. Крім того, глобальні корпорації володіють інформацією про проблеми на локальному рівні тієї місцевості, де вони функціонують. І, насамкінець, корпорації повинні мати достатні ресурси для впровадження таких змін. Виходячи з такого розуміння ролі та можливостей глобальних корпорацій, вважаємо, що вони повинні залучати свої основні активи до реалізації колективних зусиль. Корпорації знають, як визначати та досягати цілі в межах обмеженого часу та бюджету. Вони

розуміють управління змінами та володіють мистецтвом переговорів. А корпоративний прагматизм, підзвітність і прийняття рішень на основі даних можуть подолати бюрократичну тяганину та ідеологічні розбіжності, які часто заважають урядам та неурядовим організаціям.

Прийнято вважати, що уряди та неурядові організації є найсильнішими рушіями соціального прогресу, але це не завжди так. Уряди зазвичай реагують лише на найвпливовіші інтереси та можуть бути паралізовані міжпартійними розколами. В той же час, небагато неурядових організацій мають ресурси та вплив, щоб привернути увагу урядів і глобальних корпорацій, чия участь є важливою. Але це не означає, що компанії повинні намагатися керувати чи контролювати зусилля; це означає, що вони можуть відіграти важливу роль у динаміці цього процесу. Оскільки колективний вплив мобілізує ресурси багатьох суб'єктів, корпораціям не доведеться самотійно нести величезні витрати на соціальні перетворення. І вони можуть отримати великий вигравш, коли в результаті соціального прогресу з'являться нові економічні можливості.

**Висновки.** Дослідження показало, що роль глобальних корпорацій у реалізації політики соціальної відповідальності має значні перспективи. Соціальна відповідальність глобальних корпорацій у своєму впливі виходить за межі самої корпорації і впливає на локальний рівень свого базування. Глобальні корпорації грають важливу роль у вирішенні проблем за допомогою підходу колективної соціальної відповідальності. Цей підхід передбачає співпрацю та партнерство між корпораціями, урядами, неурядовими організаціями та іншими зацікавленими сторонами з метою спільного вирішення глобальних проблем і покращення умов життя людей.

Глобальні корпорації мають значні ресурси та експертизу, які можуть бути використані для вирішення складних соціальних проблем. Вони можуть надавати фінансову підтримку, технологічні інновації, а також

експертні знання для реалізації соціальних ініціатив. Завдяки своїй глобальній присутності та ресурсам, глобальні корпорації можуть здійснювати значний вплив на соціальні процеси та політику. Їхні ініціативи можуть мати значний позитивний вплив на мільйони людей та сприяти покращенню соціально-економічних умов в різних регіонах світу. Глобальні корпорації можуть вступати у партнерство з урядами, неурядовими організаціями, академічними установами та іншими стейкхолдерами для реалізації спільних соціальних проєктів. Це дозволяє поєднувати різні ресурси та знання для досягнення більш ефективних результатів.

Глобальні корпорації можуть впроваджувати інновації та здійснювати дослідження у галузі соціальної відповідальності. Вони можуть розвивати нові технології, процеси та підходи, які забезпечують більш ефективне та стає вирішення соціальних проблем. Глобальні корпорації можуть впливати на своїх клієнтів та споживачів, спонукаючи їх до більш соціально відповідального споживання. Це може включати впровадження екологічних продуктів, етичного виробництва, або підтримку благодійних ініціатив.

Підхід колективної соціальної відповідальності дозволяє глобальним корпораціям здійснювати значний позитивний вплив на суспільство, допомагаючи вирішувати важливі соціальні проблеми та сприяючи сталому розвитку. Такий спільний підхід покращує ефективність діяльності та забезпечує більш збалансований та відповідальний розвиток суспільства.

## **Література**

1. Carroll A.B. Carroll's Pyramid of CSR: Taking Another Look. *International Journal of Corporate Social Responsibility*. 2016. 1. URL:

<https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-016-0004-6> (дата звернення: 06.08.2023)

2. 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: 06.08.2023)

3. Enete S., Sturr T. How Corporate Sociopolitical Activism (CSA) impacts portfolio allocations: an experiment. *International Journal of Corporate Social Responsibility*. 2023, Volume 8, Article number: 3. URL: <https://doi.org/10.1186/s40991-023-00076-6> (дата звернення: 06.08.2023)

4. 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: 06.08.2023)

5. 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: 06.08.2023)

6. Latapí Agudelo M.A., Jóhannsdóttir L., Davídsdóttir 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: 06.08.2023)

7. 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\\_44739cl\\_ubc\\_comm\\_101\\_101\\_2014w1\\_44739\\_2045960\\_1/files/2014/04/Comm-101\\_Porter-2006.pdf](https://blogs.ubc.ca/courseblogcl_ubc_comm_101_101_2014w1_44739cl_ubc_comm_101_101_2014w1_44739_2045960_1/files/2014/04/Comm-101_Porter-2006.pdf) (дата звернення: 06.08.2023)

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: 06.08.2023)

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: 06.08.2023)

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: 06.08.2023)

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: 06.08.2023)

## References

1. Carroll, A.B. (2016), "Carroll's Pyramid of CSR: Taking Another Look", *International Journal of Corporate Social Responsibility*, vol. 1, available at: <https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-016-0004-6> (Accessed 06 Aug 2023)

2. 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 06 Aug 2023)
3. Enete, S. and Sturr, T. (2023), “How Corporate Sociopolitical Activism (CSA) impacts portfolio allocations: an experiment”, *International Journal of Corporate Social Responsibility*, Volume 8, Article number: 3, available at: <https://doi.org/10.1186/s40991-023-00076-6> (Accessed 06 Aug 2023)
4. 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 06 Aug 2023)
5. 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 06 Aug 2023)
6. Latapí Agudelo, M.A., Jóhannsdóttir, L. and Davídsdóttir, 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 06 Aug 2023)
7. 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/courseblogcl\\_ubc\\_comm\\_101\\_101\\_2014w1\\_44739cl\\_ubc\\_](https://blogs.ubc.ca/courseblogcl_ubc_comm_101_101_2014w1_44739cl_ubc_)

comm\_101\_101\_2014w1\_44739\_2045960\_1/files/2014/04/Comm101\_Porter-2006.pdf (Accessed 06 Aug 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 06 Aug 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 06 Aug 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 06 Aug 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 06 Aug 2023)

*Стаття надійшла до редакції 05.09.2023 р.*