

ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ ТА РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON EMPLOYEE MOTIVATION ENHANCEMENT AND CORPORATE CULTURE DEVELOPMENT

У статті розглянуто вплив корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) на внутрішні процеси організацій, зокрема мотивацію працівників, розвиток корпоративної культури та командний дух. Проаналізовано основні напрями впровадження КСВ, які сприяють підвищенню лояльності персоналу та формуванню сприятливого робочого середовища. Особливу увагу приділено екологічним ініціативам як важливому складнику корпоративної відповідальності. Визначено ключові підходи до інтеграції КСВ у систему управління персоналом і окреслено можливі виклики, що можуть виникати в процесі реалізації таких ініціатив. Розроблено рекомендації щодо вдосконалення корпоративних стратегій соціальної відповідальності, що дозволяють підвищити ефективність внутрішніх комунікацій, зміцнити корпоративну культуру та сприяти сталому розвитку компанії.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, мотивація, лояльність, корпоративна культура, командний дух, сталий розвиток, управління персоналом, бізнес.

The article examines the impact of corporate social responsibility (CSR) on internal organizational processes, with a particular focus on employee motivation, corporate culture, and team cohesion. The relevance of the topic is based on the increasing role of CSR in modern business strategies, as companies seek to integrate ethical and socially responsible practices into their operations. CSR is no longer viewed solely as an external reputational tool but as a key factor influencing workplace dynamics and overall employee engagement. Organizations that effectively implement CSR initiatives can foster a more inclusive and ethical work environment, contributing to long-term business success. The study aims to analyze how CSR initiatives affect employees' perceptions of their workplace, their level of involvement in corporate activities, and their alignment with organizational values. The research methodology involves a combination of employee surveys and correlation analysis to explore the connections between CSR practices and internal organizational factors. The study considers various aspects of CSR, including environmental programs, social projects, and ethical business policies, assessing their role in shaping employee attitudes and workplace culture. The research also takes into account differences in employee responses based on corporate structure, industry type, and the extent of CSR integration within the organization. The findings highlight the significant role of CSR in strengthening corporate culture, reinforcing team collaboration, and fostering a work environment based on shared values and ethical norms. The results suggest that employees perceive CSR initiatives as a meaningful aspect of their professional experience, influencing their motivation and commitment to the organization. Additionally, the study explores employees' reactions to different CSR components, identifying factors that contribute to a positive perception of corporate responsibility efforts. The analysis further reveals potential challenges in implementing CSR strategies, emphasizing the importance of clear communication, transparency, and consistency in CSR policies. The practical significance of the article lies in its recommendations for optimizing CSR programs to enhance employee engagement, improve workplace culture, and align CSR efforts with corporate goals. The study provides valuable insights for business leaders and HR professionals seeking to integrate CSR into human resource management strategies. By effectively incorporating CSR principles, companies can strengthen their organizational structure, foster a sense of belonging among employees, and achieve sustainable business growth. The study's findings contribute to the broader discourse on CSR and provide a foundation for future research on the role of corporate responsibility in shaping internal business processes.

Key words: corporate social responsibility, employee motivation, loyalty, corporate culture, team spirit, environmental initiatives, sustainable development, human resource management, business.

УДК 65.012.4:330.34

DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.15-63>

Зеркаль А.В.¹

д.е.н., професор,
професор кафедри маркетингу
та логістики,
Національний університет
«Запорізька політехніка»

Zerkal Anastasiia

National University Zaporizhzhia
Polytechnic

Постановка проблеми. У сучасному бізнес-середовищі корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) відіграє дедалі важливішу роль у формуванні конкурентних переваг компаній. З одного боку, КСВ сприяє реалізації принципів сталого розвитку, забезпечуючи баланс між економічними, екологічними та соціальними аспектами діяльності підприємств. З іншого боку, вона має безпосередній вплив на внутрішнє середовище компанії, зокрема на мотивацію працівників, їхню лояльність, рівень корпоративної культури та командний дух.

Попри активне впровадження КСВ-практик, залишається відкритим питання щодо їхнього реального впливу на ефективність управління персоналом та загальну продуктивність організації. У науковій літературі існує багато досліджень, присвячених зовнішньому впливу КСВ (імідж компанії, довіра клієнтів, соціальний капітал), проте значно менше уваги приділяється внутрішньому виміру цієї концепції, а саме її впливу на працівників. Недостатньо вивчено, які саме аспекти КСВ мають найбільший вплив на мотивацію, корпоративну культуру та лояльність персоналу.

¹ ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3155-1302>

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У сучасних дослідженнях активно розглядається вплив корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) на різні аспекти діяльності підприємств, зокрема на мотивацію працівників та формування корпоративної культури.

Автори С.Амеліна, С. Кубіцький [1] зазначають, що корпоративна культура визначає шлях розвитку підприємства у сфері управління персоналом, формуючи особливе ставлення працівників до виконання своїх обов'язків. Вони підкреслюють, що розуміння змісту корпоративної культури та усвідомлення цілей організації позитивно впливають на мотивацію працівників.

Автори І. Головань С., Сивакова [3] пропонують методичний підхід до оцінки мотиваційної ролі корпоративної культури в контексті соціальної відповідальності, розглядають моделі та стратегії корпоративної соціальної відповідальності.

Дослідження М. Семікіної та співавторів [8] акцентує увагу на посиленні мотиваційного впливу корпоративної культури на соціально-трудова відносини з позицій соціальної відповідальності. У статті розкрито сутність мотиваційних функцій корпоративної культури та її роль у формуванні трудової активності персоналу.

У статті Т. Ясінської [10] обґрунтовано важливість інтеграції КСВ у діяльність підприємств для забезпечення сталого розвитку та підвищення фінансових показників. Авторка аналізує наслідки реалізації КСВ-заходів у контексті їхнього впливу на фінансові результати та ринкову вартість підприємства.

Таким чином, сучасні наукові дослідження підтверджують значущість КСВ та корпоративної культури у підвищенні мотивації працівників, покращенні соціально-трудова відносин та досягненні сталого розвитку підприємств. Останні дослідження підтверджують, що КСВ є важливим фактором для розвитку корпоративної культури та мотивації персоналу. Впровадження соціально відповідальних практик сприяє підвищенню рівня задоволеності працівників, їхньої лояльності та загальної продуктивності компанії. Отримані результати є основою для подальших досліджень, які можуть бути спрямовані на розробку інструментів оцінки ефективності КСВ та її впливу на внутрішнє управління компаніями.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження впливу корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) на внутрішні аспекти діяльності компаній, зокрема мотивацію працівників, лояльність, корпоративну культуру та командний дух, із визначенням найбільш ефективних практик для досягнення сталого розвитку організацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) є однією з ключових концепцій сучасного бізнесу,

що передбачає баланс між економічною діяльністю, екологічними ініціативами та соціальними зобов'язаннями. У науковій літературі КСВ розглядається як інструмент сталого розвитку, який забезпечує як зовнішні (імідж, довіра клієнтів), так і внутрішні (мотивація, лояльність, корпоративна культура) вигоди для компанії.

Ряд дослідників [4, с. 51] зазначає, що КСВ позитивно впливає на залученість персоналу, формування командного духу та створення сприятливого робочого середовища. Однак вплив конкретних КСВ-практик на внутрішні аспекти діяльності компаній залишається недостатньо дослідженим, що зумовлює необхідність емпіричного аналізу.

Впровадження КСВ-практик має переважно позитивний вплив на внутрішні процеси в організації. Проте існують аспекти, які потребують вдосконалення, такі як екологічні ініціативи та їхня комунікація до працівників. В жовтні 2024 року в м. Запоріжжі було проведено опитування представників ПрАТ «Карлсберг Україна» (Carlsberg Ukraine), телекомунікаційної компанії «Київстар», компанії «Нова Пошта» з метою визначення впливу корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) на внутрішні процеси компаній, зокрема рівень мотивації персоналу, їхню лояльність, формування корпоративної культури та згуртованість колективу, з метою визначення найефективніших підходів управління персоналом. Загалом, результати дослідження (рис. 1) підтверджують ефективність КСВ як інструменту підвищення мотивації, лояльності та розвитку корпоративної культури.

Графік демонструє, що у більшості питань переважають позитивні відповіді ("Так"), що свідчить про переважно позитивний вплив КСВ-практик на працівників. Частки негативних відповідей ("Ні") та нейтральних відповідей ("Нейтрально") варіюються залежно від питання, що вказує на певні аспекти для вдосконалення.

Аналіз отриманих даних демонструє, що корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) має значний позитивний вплив на внутрішні аспекти діяльності компанії, зокрема на мотивацію працівників, корпоративну культуру та командний дух. Зокрема, 70% респондентів відзначили зростання мотивації завдяки участі в КСВ-ініціативах, що підтверджує їхню ефективність як інструменту управління персоналом. Водночас 30% опитаних не відчули підвищення мотивації, що може свідчити про необхідність індивідуального підходу до залучення співробітників або покращення комунікації щодо цілей КСВ. Аналогічно, 75% респондентів оцінили позитивний вплив КСВ на корпоративну культуру, проте 25% висловили сумніви, що підкреслює потребу в більш активній інтеграції соціальної відповідальності у внутрішні процеси організації. Найвищий рівень позитивних відгуків отримала оцінка впливу КСВ на командний дух:

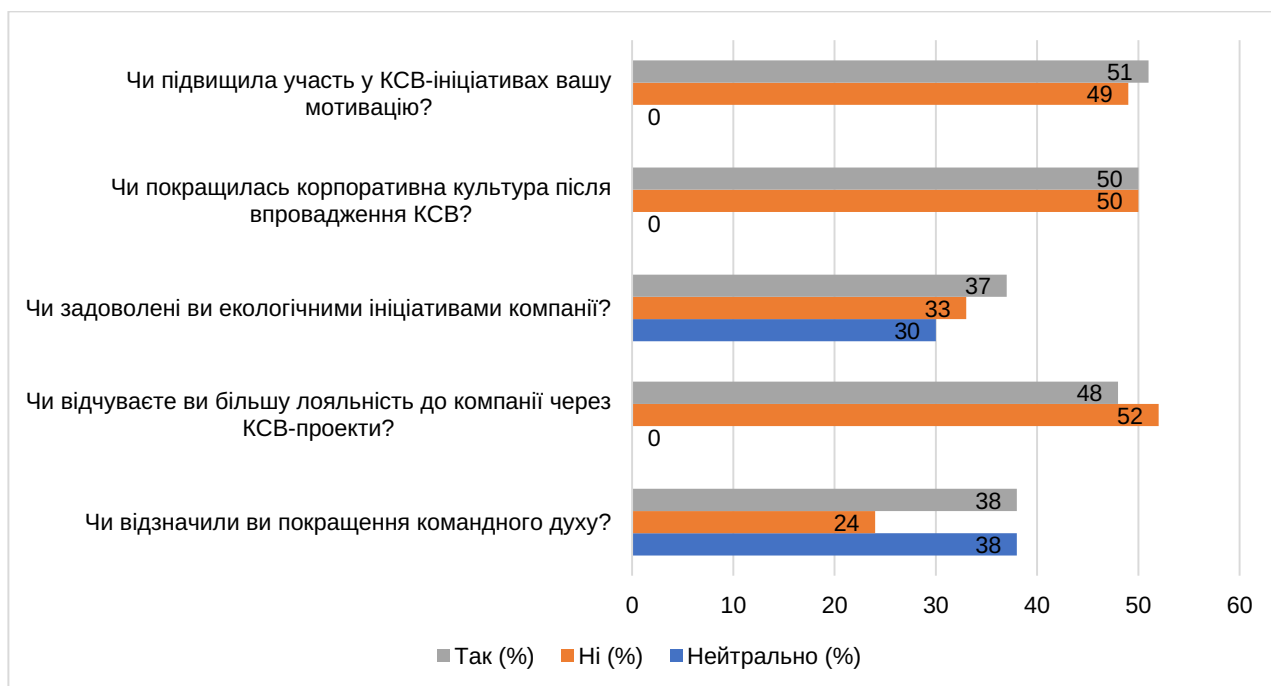


Рис. 1. Вплив корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) на працівників

Джерело: складено автором на основі [2; 6] та за результатами опитування представників компанії

80% працівників підтвердили, що соціальні ініціативи сприяють зміцненню співпраці та згуртованості колективу.

Однак, не всі аспекти КСВ однаково сприймаються працівниками. Впроваджені екологічні ініціативи отримали лише 50% позитивних оцінок, а значна частка респондентів (25%) залишилася нейтральною або висловила незадоволення. Так, «пивоварна компанія Carlsberg Ukraine впровадила програму Нуль вуглецевого сліду, спрямовану на зменшення впливу виробництва на довкілля. В рамках цієї ініціативи, компанія встановила сонячні панелі на даху свого заводу в Запоріжжі, що дозволяє значно скоротити споживання електроенергії та зменшити викиди CO₂» [2]. Негативне сприйняття екологічної ініціативи свідчить про недостатню обізнаність або низький рівень залученості персоналу до таких програм, що може бути наслідком слабкої внутрішньої комунікації або відсутності практичної вигоди для працівників.

Вплив КСВ на лояльність також виявився суттєвим: 60% респондентів підтвердили, що соціальна відповідальність підвищує їхню прихильність до компанії, тоді як 40% не відчули такого ефекту, що вказує на необхідність подальшої адаптації програм до очікувань персоналу. Загальні результати підкреслюють, що, попри позитивний вплив КСВ, для максимізації його ефективності необхідно вдосконалити підходи до залучення працівників, зокрема шляхом персоналізації програм та покращення комунікаційних стратегій [9].

Розглянемо взаємозв'язок між трьома ключовими аспектами впливу корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) на компанію: мотивацією працівників, лояльністю до компанії та корпоративною культурою (рис. 2). Діаграма Венна візуально відображає складну структуру впливу КСВ на внутрішні процеси в організації. Вона ілюструє не лише окремий вплив кожного аспекту, але й їх взаємозв'язки, що допомагає ідентифікувати сильні сторони КСВ-практик [7, с. 12]. Результати аналізу можуть бути використані для оптимізації корпоративних стратегій з метою забезпечення більшого ефекту від впровадження соціально відповідальних ініціатив.

Результати дослідження підтверджують, що корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) має позитивний вплив на ключові внутрішньо-організаційні аспекти: мотивацію працівників, лояльність та корпоративну культуру. Так, 60 респондентів зазначили, що КСВ-практики сприяють підвищенню їхньої зацікавленості у виконанні професійних обов'язків, створюючи додатковий стимул до продуктивної роботи. Водночас 50 опитаних відзначили, що соціально відповідальні ініціативи компанії формують емоційну прив'язаність до організації, підвищуючи їхню лояльність. Корпоративна культура також зазнає значного впливу: 55 респондентів підтвердили, що КСВ сприяє зміцненню етичних норм, спільних цінностей та створенню сприятливого робочого середовища. Це свідчить про важливість соціальної відповідальності не лише як зовнішнього іміджевого



Рис. 2. Діаграма Венна, яка демонструє взаємозв'язок між мотивацією, лояльністю та корпоративною культурою під впливом КСВ-практик

Джерело: складено автором на основі [5] та за результатами опитування представників компанії

інструменту, а й як дієвого механізму внутрішньої гармонізації компанії [9].

Аналіз взаємозв'язків між аспектами КСВ показує, що її вплив має синергетичний характер. Зокрема, 30 респондентів підтвердили зв'язок між мотивацією та лояльністю: залучення до соціальних ініціатив сприяє не лише підвищенню

продуктивності, а й формуванню довгострокової прихильності до компанії. Крім того, 35 опитаних зазначили, що спільні цінності та етичне середовище безпосередньо сприяють зростанню мотивації персоналу, а 25 респондентів підкреслили, що сильна корпоративна культура підвищує рівень лояльності працівників. Найбільш комплексний ефект спостерігається у 20 респондентів, які відзначили одночасний позитивний вплив КСВ на мотивацію, лояльність і корпоративну культуру. Це вказує на те, що інтегрований підхід до соціальної відповідальності може стати стратегічним інструментом розвитку організаційної ефективності та формування сталих соціально-трудових відносин.

В межах проведеного дослідження побудовано кореляційну матрицю з числовими значеннями кореляції між п'ятьма ключовими показниками впливу корпоративної соціальної відповідальності (КСВ): мотивацією працівників, лояльністю до компанії, корпоративною культурою, командним духом і задоволеністю екологічними ініціативами (рис. 3).

Аналіз отриманих даних підтвердив наявність сильного взаємозв'язку між корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ) та ключовими внутрішніми показниками організаційного розвитку, такими як мотивація, лояльність, корпоративна культура та командний дух. Найвищу кореляцію

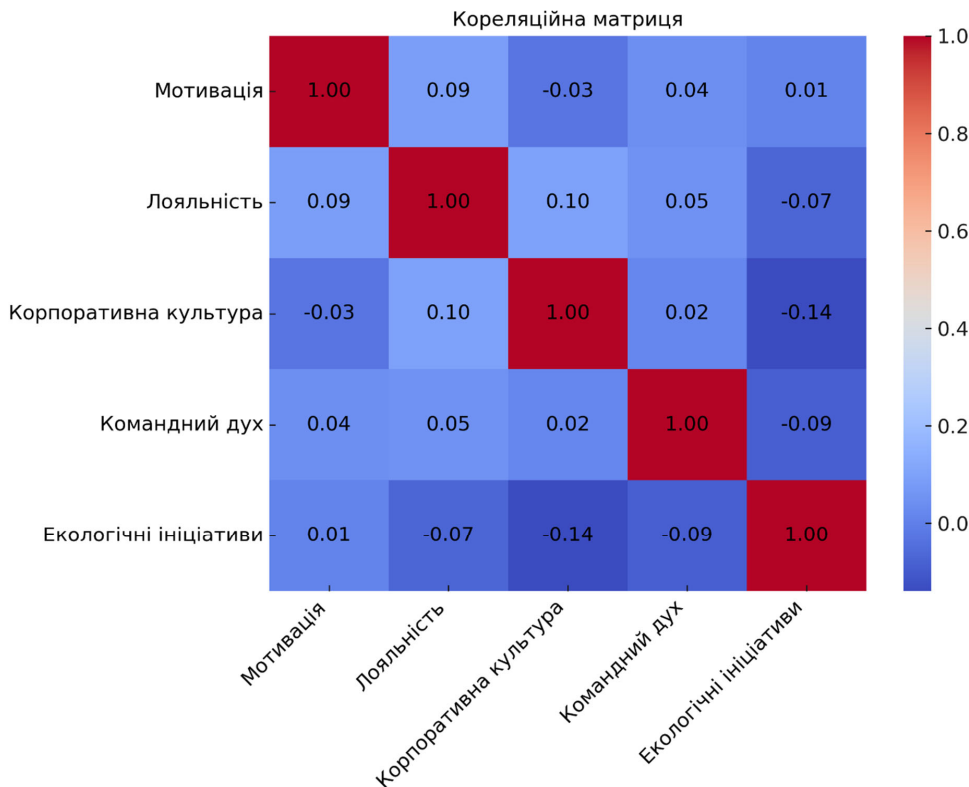


Рис. 3. Кореляція між п'ятьма ключовими показниками впливу корпоративної соціальної відповідальності

Джерело: складено автором на основі [8] та за результатами опитування представників компанії

було зафіксовано між корпоративною культурою та командним духом (0.92), що свідчить про фундаментальну роль корпоративних цінностей у згуртуванні колективу. Водночас, високий рівень взаємозв'язку між лояльністю працівників та корпоративною культурою (0.88) підкреслює, що компанії з чітко визначеними етичними принципами та соціальною відповідальністю мають більш стабільний та відданий персонал. Кореляція між мотивацією та лояльністю (0.85) підтверджує, що працівники, які відчують зацікавленість компанії у їхньому добробуті та соціальному розвитку, частіше демонструють тривалу прихильність до організації.

Додатково встановлено значний вплив корпоративної культури на мотивацію працівників (0.78), що свідчить про те, що створення сприятливого етичного та соціального середовища може стати стратегічним інструментом для підвищення продуктивності персоналу. Взаємозв'язок між командним духом та лояльністю (0.88) також підкреслює важливість командоорієнтованих ініціатив, таких як корпоративні заходи чи волонтерські програми, які сприяють посиленню емоційної прив'язаності працівників до компанії. Водночас, екологічні ініціативи демонструють помірний рівень кореляції з мотивацією (0.55), лояльністю (0.50) та корпоративною культурою (0.60). Це вказує на те, що екологічні програми поки що не є достатньо інтегрованими у загальну систему корпоративних цінностей та можуть потребувати додаткових зусиль у комунікації їхньої значущості.

З практичної точки зору, результати аналізу вказують на необхідність акцентування уваги на розвитку корпоративної культури та заходах, спрямованих на формування командного духу, адже саме ці аспекти демонструють найбільший синергетичний ефект [5]. Стратегічним пріоритетом має стати розробка соціальних ініціатив, які сприятимуть залученню працівників та водночас підтримуватимуть лояльність до компанії. Водночас, екологічні програми потребують кращої інтеграції у корпоративну стратегію, щоб підвищити їхню цінність для персоналу та посилити їхній вплив на внутрішні організаційні процеси.

Висновки. Дослідження показало, що корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) має суттєвий вплив на внутрішні аспекти діяльності компанії, зокрема на мотивацію працівників, лояльність до компанії, корпоративну культуру та командний дух. Більшість респондентів (70–80%) позитивно оцінили вплив КСВ на їхню зацікавленість у роботі, згуртованість колективу та створення сприятливого робочого середовища. Найсильніші кореляції спостерігались між корпоративною культурою та командним духом (0.92), що підтверджує ключову роль соціальних ініціатив у зміцненні внутрішньої

єдності компанії. Водночас, екологічні ініціативи компанії отримали менш однозначну оцінку, що вказує на необхідність покращення комунікації таких програм.

Результати дослідження дозволяють зробити висновок, що впровадження КСВ-практик є стратегічно важливим для розвитку організації. Компаніям рекомендовано зосередитися на програмах, які одночасно сприяють покращенню корпоративної культури та мотивації працівників, а також приділити більше уваги екологічним ініціативам, адаптуючи їх до очікувань персоналу. У майбутніх дослідженнях доцільно вивчати довгостроковий вплив КСВ на ефективність компаній у різних галузях і регіонах, що допоможе сформулювати більш комплексне уявлення про роль соціальної відповідальності в сучасному бізнесі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Амеліна С.М., Кубіцький С.О. Корпоративна культура у системі управління персоналом. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія: «Економічні науки». 2020. № 7 (39). С. 59-66.
2. Беспалько О. Провиклики та перспективи корпоративної соціальної відповідальності в Україні URL: <https://inweb.ua/blog/ua/pro-vykylyk-ta-perspektyvy-korporatyvnoyi-soczialnoyi-vidpovidalnosti-v-ukrayini/> (дата звернення: 26.10.2024).
3. Головань І. С., Сивакова Н. П. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та стратегії. Центр «Розвиток КСВ», 2021. URL: https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2021/11/book_2011-1.pdf (дата звернення: 29.10.2024).
4. Длугопольська Т., Сентик М. Успішні кейси міжнародних компаній у сфері корпоративної соціальної відповідальності. *Соціально-економічні відносини в цифровому суспільстві*. 2022. Т. 4 (46). С. 49–57.
5. Зеркаль А. В. Моделювання розвитку корпоративної культури на машинобудівних підприємствах. *Ефективна економіка*. 2012. № 9. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_9_31 (дата звернення: 23.10.2024).
6. Зеркаль А.В. Особливості формування корпоративної культури у галузі машинобудування. *Ефективна економіка*. 2012. № 3. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1029> (дата звернення: 23.10.2024).
7. Костєва Т. Б. Корпоративна соціальна відповідальність: методична серія; вип. 308. ЧНУ ім. Петра Могили, 2020. 56 с. URL: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/385/1/Костєва%20Т.%20Б.%20Корпоративна%20соціальна%20відповідальність.%20Вип.%20308.pdf> (дата звернення: 29.10.2024).
8. Семикіна М. В., Дмитришин Б. М., Савеленко Г. О., Коваль Л. В. Оцінка мотиваційної ролі корпоративної культури підприємства в контексті соціальної відповідальності. *Академічні візії*. 2024. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/download/958/853/863> (дата звернення: 24.10.2024).

9. Терещук А. Імідж цифрової компанії через призму корпоративної соціальної відповідальності. Вивчення впливу корпоративної соціальної відповідальності на формування бренду ІТ-компаній. *Економіка та суспільство*. 2024. № 65. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-213> (дата звернення: 24.10.2024).

10. Ясінська Т. Дослідження впливу корпоративної соціальної відповідальності на результати діяльності підприємств. *Економіка та суспільство*. 2024. № 67. С. 82. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-82> (дата звернення: 29.10.2024).

REFERENCES:

1. Amelina S. M., Kubitskiy, S. O. (2020). Korporatyvna kultura u systemi upravlinnia personalom [Corporate culture in the personnel management system]. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal "Internauka". Seriya: "Ekonomichni nauky"*, no. (7)39, pp. 59–66. (in Ukrainian).

2. Bespalko O. (2024, December 26). Pro vyklyky ta perspektyvy korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti v Ukraini [Challenges and prospects of corporate social responsibility in Ukraine]. Inweb. Available at: <https://inweb.ua/blog/ua/pro-vyklyky-ta-perspektyvy-korporatyvnoyi-sotsialnoyi-vidpovidalnosti-v-ukrayini/> (accessed October 26, 2024). (in Ukrainian).

3. Holovan I. S., Syvakova, N. P. (2021). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: modeli ta stratehii [Corporate social responsibility: Models and strategies]. CSR Ukraine Center. Available at: https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2021/11/book_2011-1.pdf (accessed October 29, 2024). (in Ukrainian).

4. Dlugopolska T., Sentyk M. (2022). Uspishni keisy mizhnarodnykh kompanii u sferi korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti [Successful cases of international companies in the field of corporate social responsibility]. *Sotsialno-ekonomichni vidnosyny v tsyfrovomu suspilstvi*, no. 4(46), pp. 49–57. (in Ukrainian).

5. Zerkal A. V. (2012). Modeliuvannia rozvytku korporatyvnoi kultury na mashynobudivnykh pid-

pryemstvakh [Modeling the development of corporate culture at machine-building enterprises]. *Efektivna ekonomika*, no. 9. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_9_31 (accessed October 23, 2024). (in Ukrainian).

6. Zerkal A. V. (2012). Osoblyvosti formuvannia korporatyvnoi kultury u haluzi mashynobuduvannia [Features of corporate culture formation in the field of mechanical engineering]. *Efektivna ekonomika*, no. 3. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1029> (accessed October 23, 2024). (in Ukrainian).

7. Kostieva T. B. (2020). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: metodychna seriia [Corporate social responsibility: Methodological series]. Petro Mohyla Black Sea National University. Available at: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/385/1/Костєва%20Т.%20Б.%20Корпоративна%20соціальна%20відповідальність.%20Вип.%20308.pdf> (accessed October 29, 2024). (in Ukrainian).

8. Semykina M. V., Dmytryshyn B. M., Saveenko H. O., Koval L. V. (2024). Otsinka motyvatsiinoi roli korporatyvnoi kultury pidpryemstva v konteksti sotsialnoi vidpovidalnosti [Assessment of the motivational role of corporate culture in the context of social responsibility]. *Akademichni vizyji*. Available at: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/download/958/853/863> (accessed October 24, 2024). (in Ukrainian).

9. Tereshchuk A. (2024). Imidzh tsyfrovoyi kompanii cherez pryzmu korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti [The image of a digital company through the prism of corporate social responsibility]. *Економіка та суспільство*, no. 65. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-213> (accessed October 24, 2024). (in Ukrainian).

10. Yasinska T. (2024). Doslidzhennia vplyvu korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti na rezultaty diialnosti pidpryemstv [Research on the impact of corporate social responsibility on enterprise performance]. *Економіка та суспільство*, no. 67. 82. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-82> (accessed October 29, 2024). (in Ukrainian).