

DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2025.03.441>

JEL classification: M14, Z13, L26

UDC: 330.342.14:005.35:316.7

Тетяна ЛЕПЕЙКО

доктор економічних наук, професор,
завідувачка кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування,
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна
E-mail: lepeyko.tetyana@gmail.com
ORCID iD: 0000-0001-8667-509X

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ БІЗНЕС ТА КРОС-КУЛЬТУРА: ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

АНОТАЦІЯ

Вступ. У сучасному глобалізованому світі соціально-економічний бізнес та крос-культура набувають все більшої значущості. Соціально-економічний бізнес та соціальна відповідальність підприємств (СВП) є ключовими елементами сучасної бізнес-стратегії. Розкрито, що зі зростанням глобалізації та крос-культурної взаємодії, підприємства стикаються з новими викликами та можливостями у формуванні соціально відповідальної поведінки. Метою цієї статті є порівняння понять соціально-економічного бізнесу та СВП в контексті крос-культурної взаємодії, а також визначення підходів до їх формування.

Мета статті – обґрунтування необхідності взаємного поєднання соціально-економічної бізнесу із крос-культурним підходом як складовою сучасної корпоративної стратегії задля нівелювання культурних бар'єрів, які можуть впливати на ефективність їхньої діяльності.

Методологія дослідження. Теоретико-методологічний підхід базується на дослідженнях провідних вітчизняних і зарубіжних вчених, методологія та системні принципи проведення комплексних наукових досліджень. Серед спеціальних методів дослідження в роботі використано: абстрактно-логічний – для вивчення процесу глобалізації та крос-культурної взаємодії, підприємства стикаються з новими викликами та можливостями у формуванні соціально відповідальної поведінки; теоретичного узагальнення – у процесі розкриття сутності поняття «соціально-економічний бізнес» через соціальні ініціативи, враховуючи місцеві культурні особливості, що підвищує їх ефективність та підтримку з боку громад; спостереження, порівняльних переваг та порівняння – для дослідження теоретичного підґрунтя інтеграції соціально-економічного бізнесу та крос-культури для створення стійких та ефективних бізнес-стратегій у глобалізованому світі, що сприяє успішному функціонуванню компаній на міжнародних ринках.

Результати. Доведено, що соціально-економічний бізнес поєднує економічний розвиток із соціальним прогресом, інтегруючи соціальні цілі у бізнес-стратегію для забезпечення довгострокового позитивного впливу на суспільство. Обґрунтовані основні характеристики цього підходу включають створення робочих місць, підтримку місцевих громад та впровадження екологічно стійких практик. З іншого боку, крос-культурний підхід зосереджується на врахуванні культурних відмінностей і цінностей при розробці бізнес-стратегій, адаптації комунікаційних стратегій та забезпеченні культурної компетентності працівників.

Встановлено, як поєднання цих двох підходів може сприяти підвищенню довіри та підтримки з боку місцевих громад, ефективному впровадженню соціальних ініціатив та зниженню ризику культурних конфліктів. Визначено важливість розвитку культурної компетентності працівників, адаптації бізнес-стратегій до місцевих умов та створення міжнародних команд для підвищення рівня інноваційності та

© Тетяна Лепейко, 2025

Отримано: 02.09.2025 р.

Рекомендовано до друку: 28.09.2025 р.

Опубліковано: 29.10.2025 р.



Ця стаття розповсюджується на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0, яка дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії, за умови правильного цитування оригінальної роботи.

Як цитувати:

Лепейко Т. Соціально-економічний бізнес та крос-культура: підходи до формування соціальної відповідальності підприємств. *Економічний аналіз*. 2025. Том 35. № 3. С. 441-450. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2025.03.441>

ефективності взаємодії з різними культурними групами. Наголошено на необхідності інтеграції принципів крос-культури у соціально-економічний бізнес для досягнення більшої гармонії між бізнесом та місцевими спільнотами.

Ключові слова: соціально-економічний бізнес; стратегія; корпоративна відповідальність; соціальна відповідальність (CSR); культурна компетентність; розвиток; міжнародні команди; підхід; екологічна стійкість; інновації; культурні відмінності; соціальні ініціативи; глобалізація.

У сучасному глобалізованому світі, де кордони між країнами стають все більш прозорими, а міжнародна взаємодія – невід’ємною частиною бізнесу, соціально-економічний бізнес та крос-культура набувають особливого значення. Підприємства все частіше стикаються з необхідністю не лише досягати фінансового успіху, але й брати на себе соціальну відповідальність, підтримуючи стійкий розвиток суспільства. Це вимагає впровадження стратегій, які поєднують економічні цілі з соціальними, одночасно враховуючи культурні особливості різних регіонів.

Соціально-економічний бізнес, спрямований на інтеграцію економічного зростання з соціальним прогресом, стає фундаментальною складовою сучасної корпоративної стратегії. Він акцентує увагу на створенні додаткової вартості не лише для акціонерів, але й для суспільства загалом, сприяючи вирішенню таких проблем, як бідність, нерівність та екологічна деградація.

Крос-культурний підхід, зі свого боку, підкреслює важливість розуміння та інтеграції різноманітних культурних традицій і цінностей у бізнес-процеси. В умовах глобалізації компанії стикаються з численними культурними бар’єрами, які можуть впливати на ефективність їхньої діяльності. Врахування культурних відмінностей, адаптація комунікаційних стратегій та розвиток культурної компетентності працівників стають критичними для досягнення успіху на міжнародних ринках.

Вивченню проблеми формування соціальної відповідальності підприємств та бізнесу присвятили науковий доробок такі вчені як: Ареф’єва О. В., Коваленко Н. В. через визначення його стратегічних орієнтирів умовах зеленої економіки [1], Васюткіна Н., Самітов Р., Колісник М. – на підставі розвитку персоналу підприємств на інноваційних засадах в умовах цифровізації економіки [2],

Лепейко Т. І., Горюк Є. І., Омаров Е. Ш. огли – з урахуванням стратегічного масштабування бізнесу [3], Ареф’єв С. (Arefiev, S.), Філіппов В. (Filippov, V.), Шепеленко С. (Shepelenko, S.), Забаштанський М. (Zabashkanskyi, M.), Чорна Т. (Chorna, T.), Євтушенко Ю. (Yevtushenko, Y.) – через організаційні та економічні засади активізації залучення інвестиційних ресурсів у розвиток економічної системи [5], Ареф’єв С. (Arefiev S.), Немашкало К. (Nemashkalo K.) – на підставі обґрунтування стилів лідерства [6].

За тематикою соціально-економічний бізнес та його відповідальність останнім часом з’являється багато досліджень, що заслуговують на уваги. Так, Чендлер Девід (Chandler David) [8] аналізує корпоративну соціальну відповідальність як стратегічний підхід, який може вплинути на довгострокову стійкість та репутацію компаній. Він розглядає, як компанії можуть інтегрувати соціальні та екологічні цілі у свої бізнес-моделі для досягнення більшої соціальної вартості. Автори Чендлер Девід (Chandler David); Гхош Самік (Ghosh Sameek), Рей Соугата (Ray Sougata), Найр Раджив (Nair Rajiv), Натх Шьям (Nath Shyam), Біші Рам (Bishu Ram) [10] досліджують роль різних зацікавлених сторін у забезпеченні стійкості соціальних підприємств. Вони наголошують на важливості багатостороннього підходу, де участь громад, споживачів, інвесторів та уряду є критичною для успіху соціально-економічних бізнесів. Маїр Й. (Maір, J.), Шьон О. (Schoen, O.) [13] у своїй роботі розглядають специфічні виклики та можливості для соціально-економічного бізнесу, включаючи вплив державної політики та культурних особливостей.

Соціальна відповідальність підприємств також є постійною ідеєю для досліджень. Наприклад, Х. Агуїніс та А. Главас [4] досліджують, як СВП впливає на співробітників компаній через процес створення сенсу. Вони стверджують, що корпоративна соціальна відповідальність може підвищити мотивацію та

залученість працівників, сприяючи більш змістовній роботі. Фрінас (Frynas) та Ямахаки (Yamahaki) [9] пропонують огляд теоретичних підходів до CSR, аналізуючи різні концепції та моделі. Вони наголошують на необхідності комплексного підходу до розуміння CSR, який враховує як внутрішні, так і зовнішні фактори, що впливають на діяльність підприємств. Основні тези авторів Д. Джамалі, П. Лунд-Томсена та Н. Кара [12] пов'язані з СВП у країнах, що розвиваються. Вони попереджають про ризик "вибіркового відокремлення", коли компанії заявляють про відповідальність, але не впроваджують реальних змін. Це може призвести до втрати довіри з боку суспільства.

А. Капуто, О. Айоко та Н. Аму [7] досліджують роль культурного інтелекту в управлінні конфліктами в крос-культурних командах. Вони стверджують, що високий рівень культурного інтелекту допомагає краще розуміти та адаптувати стилі управління конфліктами, що сприяє ефективній взаємодії в міжнародних командах. Колектив авторів, серед яких Г. Шталь, К. Міска, Х-Д. Ли і М. Люку [16] аналізують позитивні аспекти культурних відмінностей у міжнародному менеджменті. Вони наголошують, що культурні відмінності можуть сприяти інноваціям та творчому підходу до вирішення проблем, якщо їх правильно використовувати.

Ці автори надають різні перспективи та глибоке розуміння теми соціально-економічного бізнесу, соціальної відповідальності підприємств та крос-культури.

Мета статті

Мета статті – обґрунтування необхідності взаємного поєднання соціально-економічної бізнесу із крос-культурним підходом як складовою сучасної корпоративної стратегії задля нівелювання культурних бар'єрів, які можуть впливати на ефективність їхньої діяльності.

Результати та їх обговорення

Соціально-економічний бізнес є бізнес-моделлю, що поєднує економічний розвиток із соціальним прогресом. Основна мета цього підходу полягає в тому, щоб досягти економічної стійкості, одночасно вирішуючи соціальні проблеми, такі як бідність, безробіття

та нерівність. Підприємства, які дотримуються цього підходу, прагнуть інтегрувати соціальні та економічні цілі у свої бізнес-стратегії для забезпечення довгострокового позитивного впливу на суспільство та економіку. Основні характеристики соціально-економічного бізнесу включають інтеграцію соціальних і економічних цілей, активну участь у розвитку місцевих громад та підтримку екологічно стійких практик. Це передбачає створення додаткових робочих місць, розвиток інфраструктури та впровадження інновацій, які сприяють сталому розвитку. Важливим аспектом соціально-економічного бізнесу є впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності, що включає етичну відповідальність перед споживачами, турботу про довкілля та підтримку місцевих громад.

Крос-культура, зі свого боку, зосереджується на взаємодії та інтеграції різних культур у бізнес-середовищі. Цей підхід акцентує увагу на врахуванні місцевих культурних норм, цінностей та традицій при розробці бізнес-стратегій. Для успішної взаємодії в крос-культурному середовищі підприємства повинні адаптувати свої комунікаційні стратегії, забезпечувати культурну компетентність своїх працівників та створювати міжнародні команди та партнерства. Висока культурна обізнаність і компетентність працівників дозволяє компаніям краще розуміти місцеві ринки та ефективніше впроваджувати глобальні стратегії. Це допомагає уникати конфліктів, пов'язаних з культурними відмінностями, та сприяє ефективній співпраці в міжнародних командах. Крос-культурний підхід також передбачає адаптацію комунікаційних стратегій до культурних особливостей, що дозволяє знизити культурні бар'єри та підвищити ефективність комунікації.

Соціально-економічний бізнес і крос-культура мають різні акценти та цілі, але обидва підходи сприяють успішному веденню бізнесу в сучасному глобалізованому світі. Соціально-економічний бізнес орієнтований на досягнення економічної та соціальної стійкості через інтеграцію соціальних та економічних цілей. Це включає в себе розробку стійких екологічних практик, створення додаткових робочих місць та підтримку місцевих громад.

Крос-культурний підхід акцентує увагу на адаптації до культурних відмінностей для підвищення ефективності та інноваційності. Він фокусується на врахуванні місцевих культурних норм та цінностей при розробці бізнес-стратегій, що дозволяє компаніям ефективніше функціонувати на міжнародних ринках. Висока культурна компетентність працівників, адаптація комунікаційних стратегій та створення міжнародних команд допомагають знизити культурні бар'єри та підвищити ефективність комунікації.

Оскільки соціально-економічний бізнес та крос-культура представляють два важливі підходи до ведення бізнесу, які, поєднуючись, можуть забезпечити успішне функціонування підприємств у сучасному глобалізованому світі, нами проведено порівняння цих понять (табл. 1).

Ця таблиця надає детальне порівняння між поняттями соціально-економічного бізнесу та крос-культури, що дозволяє глибше зрозуміти їхню взаємодію та особливості.

Соціально-економічний бізнес орієнтований на поєднання економічного розвитку з соціальним прогресом. Основна мета цього підходу полягає в тому, щоб досягти економічної стійкості, одночасно вирішуючи соціальні проблеми, такі як бідність, безробіття та нерівність. Компанії, що дотримуються цього підходу, прагнуть інтегрувати соціальні та економічні цілі в свою бізнес-стратегію, щоб забезпечити довгостроковий позитивний вплив на суспільство та економіку. Це включає в себе розробку екологічно стійких практик, впровадження інновацій та активну участь у розвитку місцевих громад. Важливим аспектом соціально-економічного бізнесу є впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності, що включає етичну відповідальність перед споживачами, турботу про довкілля та підтримку місцевих громад.

Для глибокого розуміння проблеми важливе розуміння різниці підходів між соціально-економічним бізнесом та крос-культурою. Соціально-економічний бізнес і крос-культура представляють два різних, але взаємодоповнюючих підходи до ведення бізнесу в сучасному глобалізованому світі (табл. 2).

Крос-культурний підхід, навпаки, зосереджується на взаємодії та інтеграції різних культур у бізнес-середовищі. Він акцентує увагу на врахуванні місцевих культурних норм, цінностей та традицій при розробці бізнес-стратегій. Для успішної взаємодії в крос-культурному середовищі підприємства повинні адаптувати свої комунікаційні стратегії, забезпечувати культурну компетентність своїх працівників та створювати міжнародні команди та партнерства. Цей підхід допомагає уникати конфліктів, пов'язаних з культурними відмінностями, та сприяє ефективній співпраці в міжнародних командах. Висока культурна обізнаність і компетентність працівників дозволяє компаніям краще розуміти місцеві ринки та ефективніше впроваджувати глобальні стратегії, сприяючи гармонізації культурних відмінностей.

Отже, соціально-економічний бізнес спрямований на досягнення економічної та соціальної стійкості через інтеграцію соціальних та економічних цілей, тоді як крос-культурний підхід акцентує увагу на адаптації до культурних відмінностей для підвищення ефективності та інноваційності. Разом ці підходи дозволяють підприємствам створювати стійкі та ефективні стратегії, що враховують як економічні, так і культурні аспекти, забезпечуючи успішне функціонування у глобальному бізнес-середовищі.

Поєднання соціально-економічного бізнесу та крос-культури дозволяє підприємствам створювати стійкі та ефективні стратегії, що враховують як економічні, так і культурні аспекти. Цей інтеграційний підхід сприяє більшій гармонії між бізнесом та місцевими спільнотами, що своєю чергою підвищує довіру та підтримку з боку громад. Врахування культурних особливостей при розробці соціальних ініціатив дозволяє компаніям краще розуміти потреби місцевих громад і розробляти відповідні стратегії для їх вирішення. Одним з важливих аспектів інтеграції соціально-економічного бізнесу та крос-культури є розвиток культурної компетентності працівників. Підприємства, що працюють у міжнародному середовищі, стикаються з численними викликами, пов'язаними з культурними відмінностями.

Розвиток культурної компетентності допомагає працівникам краще розуміти культурні норми та цінності, що, у свою чергу, сприяє

підвищенню ефективності комунікації та взаємодії з місцевими громадами.

Таблиця 1. Параметричне порівнянням понять «Соціально-економічний бізнес» та «Крос-культура»

Параметр	Соціально-економічний бізнес	Крос-культура
Визначення	Бізнес-модель, що поєднує економічний розвиток із соціальним прогресом	Взаємодія та інтеграція різних культур у бізнес-середовищі
Основні цілі	Створення економічної вартості	Підвищення культурної обізнаності та компетентності
	Соціальна справедливість	Гармонізація культурних відмінностей
Ключові характеристики	Інтеграція соціальних та економічних цілей	Врахування культурних норм і цінностей
	Підтримка місцевих громад	Адаптація комунікаційних стратегій
	Екологічна стійкість	Культурна компетентність працівників
Основні заходи	Створення додаткових робочих місць	Крос-культурне навчання
	Розвиток інфраструктури	Адаптація бізнес-стратегій до місцевих культур
	Екологічні ініціативи	Створення міжнародних команд
Переваги	Підвищення репутації	Зниження культурних бар'єрів
	Довгострокова стійкість	Підвищення ефективності комунікації
	Соціальний прогрес	Збільшення інноваційності
Виклики	Баланс між соціальними та економічними цілями	Управління культурними відмінностями
	Залучення інвестицій	Підтримка культурної чутливості
	Вимірювання соціального впливу	Конфлікти між різними культурними групами
Приклади	Компанії, що інвестують у місцеві громади	Міжнародні корпорації з культурно різноманітними командами
	Соціальні підприємства	Глобальні проекти з адаптацією до місцевих умов
Вплив на суспільство	Підвищення якості життя	Збільшення культурного взаєморозуміння
	Зменшення нерівності	Підвищення толерантності
Вплив на бізнес	Довгострокова фінансова стійкість	Підвищення конкурентоспроможності
	Збільшення лояльності споживачів	Розширення ринків
Взаємодія з громадськістю	Партнерство з місцевими організаціями	Врахування місцевих культурних традицій
	Впровадження соціальних проектів	Взаємодія з культурними лідерами
Екологічний аспект	Підтримка екологічних ініціатив	Розуміння екологічних традицій різних культур
Економічний аспект	Підвищення економічної активності	Впровадження економічних стратегій з урахуванням культур
	Залучення інвестицій у соціальні проекти	Використання місцевих ресурсів
Соціальний аспект	Зменшення соціальної нерівності	Підтримка культурного розмаїття
	Підвищення якості життя	Забезпечення соціальної гармонії
Приклади успішних стратегій	Соціальні підприємства	Крос-культурні тренінги
	Корпоративна соціальна відповідальність	Міжнародні партнерства
Ключові показники успішності	Соціальний вплив	Рівень культурної обізнаності
	Економічний розвиток	Кількість міжнародних проектів
Інструменти реалізації	Соціальні інвестиції	Крос-культурне навчання
	Корпоративні програми	Створення міжнародних команд

Розроблено автором на основі [15], [11], [14].

Таблиця 2. Порівняння підходів між соціально-економічним бізнесом та крос-культурою

Параметр	Соціально-економічний бізнес	Крос-культура
Основні цілі	Економічний розвиток + соціальний прогрес	Гармонізація культурних відмінностей
Інтеграція в стратегію	Інтеграція соціальних та економічних цілей	Адаптація стратегій до культурних особливостей
Фокус	Довгострокова стійкість	Культурна обізнаність та компетентність
Основні заходи	Створення робочих місць, підтримка громад	Крос-культурне навчання, адаптація комунікацій
Взаємодія з громадськістю	Активна участь у розвитку місцевих громад	Врахування місцевих культурних традицій
Переваги	Соціальний прогрес, підвищення репутації	Зниження культурних бар'єрів, підвищення інноваційності
Виклики	Баланс між соціальними та економічними цілями	Управління культурними відмінностями

Крос-культурний підхід також передбачає адаптацію бізнес-стратегій до місцевих умов. Наприклад, підприємства можуть адаптувати свої маркетингові кампанії з урахуванням культурних особливостей різних регіонів, що дозволяє краще взаємодіяти зі споживачами і підвищує лояльність до бренду. Такі адаптації можуть включати використання місцевих мов, символів та традицій, що сприяє створенню більш автентичного та прийняттого образу компанії в очах місцевих споживачів. Крім того, створення міжнародних команд є важливим елементом інтеграції соціально-економічного бізнесу та крос-культури. Міжнародні команди дозволяють компаніям використовувати різноманітність культур для підвищення креативності та інноваційності. Залучення представників різних культур до процесу прийняття рішень сприяє розвитку нових ідей та підходів, що може призвести до створення більш ефективних та стійких бізнес-стратегій. Наприклад, дослідження Г. Шталя та його колег показало, що культурні відмінності можуть сприяти інноваціям і творчому підходу до вирішення проблем, якщо їх правильно використовувати [16].

Інтеграція принципів крос-культури у соціально-економічний бізнес також сприяє зниженню ризику конфліктів. У міжнародному середовищі культурні відмінності можуть призводити до непорозумінь та конфліктів, що негативно впливають на ефективність роботи підприємства. Розвиток культурної компетентності та адаптація бізнес-стратегій

дозволяють уникати таких конфліктів та забезпечувати гармонійну взаємодію між працівниками різних культур.

Важливим аспектом є також взаємодія з місцевими громадами. Соціально-економічний бізнес може інтегрувати принципи крос-культури, враховуючи місцеві культурні особливості при розробці соціальних ініціатив. Це може включати участь місцевих громад у розробці та реалізації проектів, що дозволяє враховувати їхні потреби та інтереси. Такий підхід сприяє підвищенню довіри з боку громад та забезпечує більш ефективне впровадження соціальних проектів.

Наприклад, у деяких регіонах підприємства можуть співпрацювати з місцевими організаціями для підтримки освіти, охорони здоров'я та екологічних ініціатив. Враховуючи культурні особливості, компанії можуть розробляти програми, які відповідають потребам конкретних громад, що сприяє їх більш успішній реалізації. Це підвищує рівень залученості та підтримки з боку місцевих жителів, що є ключовим фактором успіху соціальних ініціатив. Крос-культурний підхід також може бути корисним у процесі розробки продуктів та послуг. Враховуючи культурні відмінності, компанії можуть створювати продукти, які краще відповідають потребам та очікуванням споживачів у різних регіонах. Наприклад, харчова промисловість може адаптувати свої продукти до смакових вподобань різних культур, а технологічні

компанії можуть враховувати культурні аспекти у дизайні своїх продуктів.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Отже, інтеграція соціально-економічного бізнесу та крос-культури є важливим фактором для успішного ведення бізнесу у сучасному глобалізованому світі. Врахування економічних та культурних аспектів дозволяє компаніям створювати стійкі та ефективні стратегії, які сприяють успіху на міжнародних ринках. Це підвищує рівень інноваційності, знижує ризик конфліктів та забезпечує довгострокову стійкість бізнесу, сприяючи гармонійній взаємодії з місцевими громадами та споживачами.

Соціально-економічний бізнес зосереджується на інтеграції соціальних та економічних цілей, що включає створення робочих місць, підтримку місцевих громад та впровадження екологічно стійких практик. Цей підхід дозволяє компаніям не лише збільшувати свою фінансову стабільність, але й робити внесок у вирішення соціальних проблем, таких як бідність та нерівність.

З іншого боку, крос-культурний підхід акцентує увагу на врахуванні культурних відмінностей та адаптації бізнес-стратегій до місцевих умов. Це дозволяє підприємствам ефективніше функціонувати на міжнародних ринках, знижуючи ризик культурних конфліктів та підвищуючи рівень інноваційності. Висока культурна компетентність працівників та адаптація комунікаційних стратегій сприяють гармонійній взаємодії з різними культурними групами.

Інтеграція соціально-економічного бізнесу та крос-культури дозволяє створювати більш гармонійні та ефективні стратегії, що враховують як економічні, так і культурні аспекти. Наприклад, врахування місцевих культурних особливостей при розробці соціальних ініціатив підвищує їхню

ефективність та підтримку з боку місцевих громад. Навчання та розвиток культурної компетентності працівників, адаптація бізнес-стратегій до місцевих умов та створення міжнародних команд дозволяють підприємствам знижувати ризик конфліктів та підвищувати рівень інноваційності.

Практичні приклади та дослідження показують, що соціально-економічний бізнес може успішно впроваджувати соціальні ініціативи, враховуючи місцеві культурні особливості. Це сприяє підвищенню ефективності та підтримки з боку громад. Крос-культурний підхід допомагає підприємствам краще розуміти місцеві ринки та ефективніше адаптувати продукти і послуги до потреб різних культур.

Таким чином, інтеграція соціально-економічного бізнесу та крос-культури є ключем до створення стійких та ефективних бізнес-стратегій, що забезпечують успішне функціонування підприємств на міжнародних ринках. Це підвищує рівень інноваційності, знижує ризик конфліктів та забезпечує довгострокову стійкість бізнесу, сприяючи гармонійній взаємодії з місцевими громадами та споживачами.

Конфлікт інтересів

Автор заявляє про відсутність конфлікту інтересів.

Джерела фінансування

Роботу виконано за відсутності фінансової підтримки.

Доступність даних

Це дослідження не передбачало використання окремих наборів даних.

Використання засобів штучного інтелекту

Під час підготовки цієї роботи автор не використовував інструменти ШІ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ареф'єва О.В., Коваленко Н.В. Стратегічні орієнтири соціально-відповідального бізнесу в умовах зеленої економіки. *Електронне наукове фахове видання «Адаптивне управління: теорія і практика» Серія «Економіка»*. Випуск 13 (26), 2022. [https://doi.org/10.33296/2707-0654-14\(28\)-02](https://doi.org/10.33296/2707-0654-14(28)-02)
2. Васюткіна, Н., Самітов, Р., & Колісник, М. (2023). Формування системи розвитку персоналу підприємств на інноваційних засадах в умовах цифровізації економіки. *Сталий розвиток економіки*, (1(46)), 31-37. <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2023-46-4>
3. Лепейко Т. І., Горюк Є. І., Омаров Е. Ш. огли. Передумови та особливості стратегічного масштабування бізнесу на принципах соціальної відповідальності. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2023. Том 8. № 4. С. 376 – 380.
4. Aguinis, H., & Glavas, A. (2019). On corporate social responsibility, sensemaking, and the search for meaningfulness through work. *Journal of Management*, 45(3), 1057-1086. <https://doi.org/10.1177/0149206317691575>
5. Arefiev, S., Filippov, V., Shepelenko, S., Zabashtanskyi, M., Chorna, T., & Yevtushenko, Y. (2024). Organizational and economic principles of activation of the attraction of investment resources in the development of economic systemS. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 46(2), 131–138. <https://doi.org/10.15544/mts.2024.14>
6. Arefiev S., Nemashkalo K. Prospects of leadership style formation regarding Generation Z. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*. 2023. Volume 8. № 3, pp. 131 – 136. <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2023-3-19>
7. Caputo, A., Ayoko, O. B., & Amoo, N. (2018). The moderating role of cultural intelligence in the relationship between cultural orientations and conflict management styles. *Journal of Business Research*, 89, 10-20. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.03.042>
8. Chandler David. *Corporate Social Responsibility: A Strategic Perspective* Copyright © Business Expert Press, LLC, 2015. P. 171.
9. Frynas, J. G., & Yamahaki, C. (2016). Corporate social responsibility: Review and roadmap of theoretical perspectives. *Business Ethics: A European Review*, Volume25, Issue3. Pages 258-285. <https://doi.org/10.1111/beer.12115>
10. Ghosh Sameek, Ray Sougata, Nair Rajiv, Nath Shyam, Bishu Ram. Exploring the Sustainability of Social Enterprises: A Scoping Review. *J Sustain Res.* 2024;6(3):e240044. <https://doi.org/10.20900/jsr20240044>
11. House, R.J., Hanges, P.J., Javidan, M., Dorfman, P.W., & Gupta, V. (eds.). (2004). *Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies*. Thousand Oaks: Sage Publications. 818 pages.
12. Jamali Dima, Lund-Thomsen Peter, and Navjote KharaView all authors and affiliations. 2017. *CSR Institutionalized Myths in Developing Countries: An Imminent Threat of Selective Decoupling*. Volume 56, Issue 3. <https://doi.org/10.1177/0007650315584303> <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0007650315584303>
13. Mair, J., Schoen, O. (2007). *Successful social entrepreneurial business models in the context of developing economies: An explorative study*. *International Journal of Emerging Markets*, 2(1), 54-68. https://doi.org/10.1108/17468800710718895?urlappend=%3Futm_source%3Dresearchgate

14. McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *The Academy of Management Review*, Vol. 26, No. 1 (Jan., 2001), pp. 117-127 (11 pages). <https://doi.org/10.2307/259398>
15. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89(1-2), 62-77.
16. Stahl, G. K., Miska, C., Lee, H.-J., & de Luque, M. S. (2017). The upside of cultural differences: Towards a more balanced treatment of culture in cross-cultural management research. *Cross Cultural & Strategic Management*, Volume 24, Issue 1. P. 2-12. <https://doi.org/10.1108/CCSM-11-2016-0191>

REFERENCES

1. Arefieva O.V., Kovalenko N.V. Stratehichni oriientyry sotsialno-vidpovidalnoho biznesu v umovakh zelenoi ekonomiky. *Elektronne naukove fakhove vydannia «Adaptyvne upravlinnia: teoriia i praktyka» Seriiia «Ekonomika»*. Vypusk 13 (26), 2022. [https://doi.org/10.33296/2707-0654-14\(28\)-02](https://doi.org/10.33296/2707-0654-14(28)-02)
2. Vasiutkina, N., Samitov, R., & Kolisnyk, M. (2023). Formuvannia systemy rozvytku personalu pidpriemstv na innovatsiinykh zasadakh v umovakh tsyfrovizatsii ekonomiky. *Stalyi rozvytok ekonomiky*, (1(46), 31-37. <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2023-46-4>
3. Lepeiko T. I., Horiuk Ye. I., Omarov E. Sh. ohly. Peredumovy ta osoblyvosti stratehichnoho mashtabuvannia biznesu na pryntsypakh sotsialnoi vidpovidalnosti. *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky ta tekhniky*. 2023. Tom 8. № 4. S. 376 – 380.
4. Aguinis, H., & Glavas, A. (2019). On corporate social responsibility, sensemaking, and the search for meaningfulness through work. *Journal of Management*, 45(3), 1057-1086. <https://doi.org/10.1177/0149206317691575>
5. Arefiev, S., Filippov, V., Shepelenko, S., Zabashtanskyi, M., Chorna, T., & Yevtushenko, Y. (2024). Organizational and economic principles of activation of the attraction of investment resources in the development of economic systemS. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 46(2), 131–138. <https://doi.org/10.15544/mts.2024.14>
6. Arefiev S., Nemashkalo K. Prospects of leadership style formation regarding Generation Z. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*. 2023. Volume 8. № 3, rr. 131 – 136. <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2023-3-19>
7. Caputo, A., Ayoko, O. B., & Amoo, N. (2018). The moderating role of cultural intelligence in the relationship between cultural orientations and conflict management styles. *Journal of Business Research*, 89, 10-20. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.03.042>
8. Chandler David. *Corporate Social Responsibility: A Strategic Perspective* Copyright © Business Expert Press, LLC, 2015. R. 171.
9. Frynas, J. G., & Yamahaki, C. (2016). Corporate social responsibility: Review and roadmap of theoretical perspectives. *Business Ethics: A European Review*, Volume25, Issue3. Pages 258-285. <https://doi.org/10.1111/beer.12115>
10. Ghosh Sameek, Ray Sougata, Nair Rajiv, Nath Shyam, Bishu Ram. Exploring the Sustainability of Social Enterprises: A Scoping Review. *J Sustain Res*. 2024;6(3):e240044. <https://doi.org/10.20900/jsr20240044>
11. House, R.J., Hanges, P.J., Javidan, M., Dorfman, P.W., & Gupta, V. (eds.). (2004). *Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies*. Thousand Oaks: Sage Publications. 818 pages.

12. Jamali Dima, Lund-Thomsen Peter, and Navjote KharaView all authors and affiliations. 2017. CSR Institutionalized Myths in Developing Countries: An Imminent Threat of Selective Decoupling. Volume 56, Issue 3. <https://doi.org/10.1177/0007650315584303>
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0007650315584303>
13. Mair, J., Schoen, O. (2007). Successful social entrepreneurial business models in the context of developing economies: An explorative study. *International Journal of Emerging Markets*, 2(1), 54-68. https://doi.org/10.1108/17468800710718895?urlappend=%3Futm_source%3Dresearchgate
14. McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *The Academy of Management Review*, Vol. 26, No. 1 (Jan., 2001), pp. 117-127 (11 pages). <https://doi.org/10.2307/259398>
15. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89(1-2), 62-77.
16. Stahl, G. K., Miska, C., Lee, H.-J., & de Luque, M. S. (2017). The upside of cultural differences: Towards a more balanced treatment of culture in cross-cultural management research. *Cross Cultural & Strategic Management*, Volume 24, Issue 1. R. 2-12. <https://doi.org/10.1108/CCSM-11-2016-0191>

Tetiana Lepeiko, Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Management, Business and Administration, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine

Socio-economic business and cross-culture: approaches to forming social responsibility of enterprises

Abstract

Introduction. In today's globalised world, socio-economic business and cross-culture are becoming increasingly important. Socio-economic business and corporate social responsibility (CSR) are key elements of modern business strategy. It is revealed that with the growth of globalisation and cross-cultural interaction, enterprises face new challenges and opportunities in shaping socially responsible behaviour. The purpose of this article is to compare the concepts of socio-economic business and CSR in the context of cross-cultural interaction, as well as to identify approaches to their formation.

The purpose of the article is to justify the need for the mutual combination of socio-economic business with a cross-cultural approach as a component of modern corporate strategy in order to level cultural barriers that may affect the effectiveness of their activities.

Research methodology. The theoretical and methodological approach is based on the research of leading domestic and foreign scientists, methodology and systemic principles of conducting comprehensive scientific research. Among the special research methods used in the work are: abstract-logical – to study the process of globalisation and cross-cultural interaction, enterprises face new challenges and opportunities in shaping socially responsible behaviour; theoretical generalisation – in the process of revealing the essence of the concept of 'socio-economic business' through social initiatives, taking into account local cultural characteristics, which increases their effectiveness and support from communities; observation, comparative advantages and comparison – to study the theoretical basis for the integration of socio-economic business and cross-culture to create sustainable and effective business strategies in a globalised world, which contributes to the successful functioning of companies in international markets.

Results. It has been proven that socio-economic business combines economic development with social progress by integrating social goals into business strategy to ensure a long-term positive impact on society. The main characteristics of this approach include job creation, support for local communities, and the implementation of environmentally sustainable practices. On the other hand, the cross-cultural approach focuses on taking cultural differences and values into account when developing business strategies, adapting communication strategies, and ensuring the cultural competence of employees.

It has been established that combining these two approaches can help increase trust and support from local communities, effectively implement social initiatives, and reduce the risk of cultural conflicts. The importance of developing employee cultural competence, adapting business strategies to local conditions, and creating international teams to increase innovation and effective interaction with different cultural groups has been identified. The need to integrate cross-cultural principles into socio-economic business to achieve greater harmony between business and local communities has been emphasised.

Keywords: socio-economic business; strategy; corporate responsibility; social responsibility (CSR); cultural competence; development; international teams; approach; environmental sustainability; innovation; cultural differences; social initiatives; globalisation.

Cite as: Lepeiko, T. (2025). Socio-economic business and cross-culture: Approaches to forming social responsibility of enterprises. *Economic analysis*, 35 (3), 441-450. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2025.03.441>