

КОРПОРАТИВНЫЕ ЦЕННОСТИ КАК ОСНОВА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

Прокаева Елена Геннадьевна,

аспирант кафедры философии и гуманитарных наук

Новосибирского государственного университета

экономики и управления – «НИИХ»,

Россия, 630099, г. Новосибирск, ул. Каменская, 56

ORCID: 0000-0003-4790-7454

SPIN-код: 3993-4488

elenapro@ngs.ru

Аннотация

В данной статье исследуется изменение подхода к ценностям в сфере бизнеса, в первую очередь среди транснациональных корпораций. Всего сто лет назад немецкий социолог Макс Вебер впервые отметил, что ценности напрямую влияют на профессиональную деятельность. В настоящий момент требования общества к социально ответственному ведению бизнеса возросли. Нарушение этических норм компанией и ее представителями может существенно повлиять на стоимость акций, доходы и само существование компании. Авантюристический капитализм, стремившийся извлечь выгоду любыми средствами, всё больше вытесняется рациональным, построенным на принципах «всеобщего выигрыша», когда стремление к прибыли сбалансировано с интересами общества, а солидарность преобладает над конкуренцией. Современные крупные компании стараются придерживаться принципов ESG (Environmental, Social, and Corporate Governance). Желание быть включенными в ESG-рейтинги, в которых производится комплексная оценка по экологическим, социальным и управленческим показателям устойчивого развития, объясняется увеличением инвестиционной привлекательности и общего престижа компании. Процент участвующих в подобных рейтингах и рэнкингах растет с каждым годом. Больше компаний стали осознанно заниматься своей организационной культурой, разрабатывать этические кодексы, публиковать корпоративные ценности в открытых источниках. Обеспечение понимания и принятия ценностей компании каждым ее сотрудником, так чтобы он смог реализовывать их в своей ежедневной работе, является сложной задачей, для решения которой необходимы глубокие знания в самых разных областях. Использование корпорациями ценностей в качестве инструмента управления требует соблюдения высоких моральных норм, так как внедряется в тонкую и мало изученную сферу оснований не только человеческой деятельности, но и всего человеческого бытия. Велик риск прийти к новой форме рабства вме-

сто свободы, творчества и развития. В данной работе предпринята попытка проанализировать сопряжение деятельности компаний с ее корпоративными ценностями с точки зрения социальной философии.

Ключевые слова: ценности, корпоративные ценности, организационная культура, корпоративная культура, структура ценностей, социальная ответственность.

Библиографическое описание для цитирования:

Прокаева Е.Г. Корпоративные ценности как основа деятельности компании // Идеи и идеалы. – 2023. – Т. 15, № 1, ч. 1. – С. 165–175. – DOI: 10.17212/2075-0862-2023-15.1.1-165-175.

Достойные люди стремятся не к любой
наживе, но лишь к благой, к порочной же нет.

Сократ

Эволюция предпринимательства в первую очередь связана с формированием и развитием системы ценностей, норм и принципов, регулирующих стремление получить прибыль любой ценой. Прямое или косвенное влияние субъектов экономической деятельности (особенно крупных корпораций) на экологию, сохранность ресурсов, распределение материальных благ, аккумуляцию ими значительных экономических ресурсов привело к радикальному переосмыслению проблемы ответственности в деловой этике и связанной с ней системы корпоративных ценностей. На рубеже XX и XXI вв. к субъектам социальной ответственности стали относить не только индивидов, но и совокупности людей, в частности корпорации. Если в XX в. успешность компании оценивалась сугубо по экономическим показателям, то в XXI в. увеличилось значение корпоративной социальной ответственности. Понимая необходимость этического ведения бизнеса, корпорации обратили свое внимание на организационную культуру и ценности, что нашло отражение в создании и внедрении корпоративных кодексов, популяризации «ценностного управления» в менеджменте, внедрении модели «всеобщего выигрыша» в бизнес-стратегиях компаний. На международном уровне внимание к вопросам социальной ответственности бизнеса было отражено во внедрении принципов ESG (Environmental, Social, and Corporate Governance) Генеральным секретарем ООН Кофи Аннаном в 2004 г. [6].

О том, что «нажива» не является единственной мотивацией хозяйствующего субъекта, писали еще в Древней Греции, но пристальное внимание к изучению влияния ценностных ориентаций на профессиональную деятельность началось в конце XIX – начале XX в. Немецкий социолог Макс Вебер стал первым, кто заметил зависимость профессиональной дея-

тельности от ценностных ориентаций, предвосхитив существование «корпоративных ценностей». Он отметил, что рассматривать индивида только как «экономического человека» недостаточно, это слишком упрощенная модель. Человек имеет внутреннюю мотивацию и ориентацию на других людей. Вебер рассматривал ценности как установки, характерные для конкретной исторической эпохи, но тем не менее признавал, что «высшие ценности» являются вневременными. Для Макса Вебера ценность – это то, что значимо для человека, возможно даже способ его мышления, его ориентир, то, что помогает сделать выбор, определить цели, то, к чему обращена воля человека. Единые ценности людей приводят к национальному величию государства. В противоположность этому «Столкновение ценностей везде и всюду ведет не к альтернативам, а к безысходной смертельной борьбе, такой как борьба “Бога” и “дьявола”» [1, с. 565], в том числе к борьбе и во внутреннем выборе человека, а не только социальных групп.

Кризис, который мы можем наблюдать в настоящий период, происходит вследствие влияния многих факторов, но мы обратим внимание на противостояние рационального и авантюристического капитализма. Каждая компания ищет свой баланс между стремлением к собственной выгоде и интересами общества, между доходами собственников и заработной платой сотрудников, между вложениями в развитие бизнеса или в социальную сферу. Создание организационной культуры на основе не противоречащих друг другу ценностей – задача, которую компания может до конца не осознавать, но вынуждена решать, ведь от этого будет зависеть ее устойчивость.

Важную роль в развитии компании будет играть иерархия ценностей, которую она для себя выстроит. Это поможет сотрудникам расставлять приоритеты при принятии решений. В иерархии ценностей также не должно быть конфликтов и противоречий. Немаловажным является и степень приверженности и принятия ценностей компании всеми ее членами, отсутствие у них диссонанса с внутренними убеждениями.

Аристотель рассматривал меру между двумя крайностями, избытком и недостатком, как высочайшую добродетель, дорогу к Благу – высшей ценности. Рациональный капитализм – «капитализм с человеческим лицом» – ищет меру между собственными и общественными интересами. За пределами рационального капитализма сохраняется авантюристический капитализм, стремящийся к собственной выгоде любыми средствами [2]. Прочитав корпоративные ценности на сайте или в кодексе компании, нельзя быть полностью уверенным, что это реальные ценностные основания ее деятельности. Насколько глубоко проникли ценности в деятельность каждого сотрудника и насколько компания в целом придерживается своих деклараций, можно проследить только по результатам деятельности.

Рассмотрим корпоративные ценности компании Samsung.

«1. Люди: Компания – это прежде всего люди, которые в ней работают. В компании Samsung мы создаем для сотрудников широкие возможности, позволяющие полностью раскрыть их потенциал.

2. Взаимное процветание. Samsung проявляет заботу об обществе и окружающей среде везде, где ведет свою деятельность.

3. Целостность. Этика и мораль – вот основа нашего бизнеса. Любое наше решение принимается с учетом общепринятых моральных ценностей, а именно – справедливости, уважения ко всем заинтересованным сторонам и полной прозрачности.

4. Изменение. С самого основания компании наши взгляды направлены в будущее, чтобы предугадывать рыночный спрос и обеспечить успех компании в долгосрочной перспективе

5. Совершенство. Все, что создает компания Samsung, продиктовано стремлением к совершенству и обязательством поставлять на рынок товары и услуги превосходного качества» [9, 12].

Однако несколько фактов, ставших достоянием общественности, говорят о том, что существует противоречие между реальной деятельностью компании и корпоративными ценностями.

- В марте 2013 г. во Франции подали в суд на Samsung за использование детского труда на их фабриках в Китае. Эксперты выяснили, что на заводах поставщиков Samsung в 5 раз превышаются допустимые нормы переработки. Корейский производитель электроники отверг обвинения в антигуманных условиях труда, но признал, что сотрудники перерабатывают на предприятиях.

- В мае 2013 г. вице-президента компании Ли Чжэ Ён обвинили в том, что он устроил своего 13-летнего сына в престижную школу по квоте для детей из бедных или неполных семей. Ли Чжэ Ён публично извинился, забрал сына из школы (на момент поступления сына в школу Ли Чжэ Ён был в разводе) [3].

- В июле 2014 г. правозащитная организация China Labor Watch (CLW) со штаб-квартирой в Нью-Йорке снова обвинила Samsung в использовании детского труда [7].

Нельзя с полной уверенностью сказать, что последующее снижение выручки компании в 2014–2015 гг. как-то связано с опосредованной реакцией общества на эти факты, но можно считать это поводом к размышлению (таблица).

Сама же компания отреагировала на требования общественности принятием документа «Политика запрета детского труда», о чем объявила 27.06.2014 [11].

Год	Выручка компании Samsung, млрд долларов США
2012	187,7
2013	211,0
2014	190,0
2015	167,1

Источник [10].

Макс Вебер и Эмиль Дюркгейм считали, что жизнь социума и есть источник возникновения ценностей, которые кристаллизуются в процессе жизнедеятельности людей как нечто значимое. История компании Samsung показывает, как компания приходит к новому балансу с интересами общества, реализуя свои собственные ценности более полно. Для того чтобы компания смогла продолжить свою деятельность в изменившихся условиях, она должна не только сменить «одежду», но и поменять суть своей деятельности, следуя принципам не авантюристического, а рационального капитализма.

Принадлежа к социальной группе, обществу, человек внутренне принимает его ценности, выстраивает поведение, корректируя его рамками ценностных ограничений. Принципы ESG (Environmental, Social, and Corporate Governance) можно назвать дополнительными современными ценностными ограничениями для компаний. Влияние нового ESG-рейтинга на стоимость акций компаний и привлекательность ее для клиентов привело к тому, что к 2020 г. 80 % крупнейших компаний ставят перед собой задачу соблюдать принципы устойчивого развития, становясь более социально и экологически ответственными. Если говорить о Samsung, которая была основана в 1938 г. и пережила несколько серьезных потрясений, в том числе Корейскую войну (1950–1953 гг.), компания не просто оставалась на плаву, но и вышла в лидеры промышленности Южной Кореи, своевременно реагируя на запросы общества как конкурентоспособностью своих товаров, так и социально ответственным поведением.

Никлас Луман считал, что общество опирается на «неоспоримые ценности», и усиливает их действие в своем нормотворчестве, языковом общении. Взаимное влияние людей на их ценности и влияние ценностей на людей поддерживает стабильность общества. При этом для каждой социальной группы будет характерна своя система ценностей, которая принимается безусловно, но для всего общества в целом ценностный консенсус невозможен. «Уже спецификация функций и кодов приводит к отверже-

нию других системных ориентаций, т. е. постоянно наводит на мысль о присутствии исключенного, и в связи с этим формулировки ценностей обладают тем смыслом, что они проясняют каждой системе на специфическом для нее языке, от чего она отклоняется» [4, с. 185]. Ценностные логические иерархии помогают индивиду получать адекватную информацию о происходящем в системе, но эти иерархии могут меняться. «В таком случае ценности служат в коммуникативном процессе своего рода зондом для проверки, функционируют ли и более конкретные ожидания, пусть не вообще, но хотя бы в конкретной ситуации, подразумеваемой в каждом случае. В таком случае следствие состоит, конечно, в том, что ранги ценностей не могут быть зафиксированы раз и навсегда, ими следует пользоваться с учетом их изменчивости, т. е. «оппортунистически»» [5, с. 420].

Рассмотрим эпизод с вице-президентом Ли Чжэ Ён и его сыном. Первый, являясь разведенным отцом, устроил сына в престижную школу бесплатно по квоте для неполных семей, и это показывает, что, несмотря на формальное соблюдение правил, он нарушил этические нормы компании: «Целостность. Этика и мораль – вот основа нашего бизнеса. Любое наше решение принимается с учетом общепринятых моральных ценностей, а именно – справедливости, уважения ко всем заинтересованным сторонам и полной прозрачности». Ли Чжэ Ён был вынужден восстановить баланс между личными интересами и интересами компании, интересами компании и интересами общества, публично извинившись перед ответственностью и переведя сына в другую школу.

Этот эпизод также показывает, что корпоративные ценности распространяются не только на сугубо профессиональную деятельность члена компании, но и на его поведение вне стен корпорации. Поскольку компания объявляет о своих ценностях публично и предъявляет их на суд обществу, то и общество ждет тотального соответствия деятельности компании и ее членов как собственным декларациям компании, так и ценностным ориентациям самого общества.

Деятельность иностранной компании принимающая страна в первую очередь оценивает со стороны экономической выгоды, социальный и экологические аспекты рассматриваются во вторую очередь, последствия влияния чуждых ценностных ориентаций обычно вообще не учитываются. Хотя транснациональные компании с годовой выручкой, превышающей ВВП многих стран, могут выбирать легкий для себя путь выстраивания среды обитания, активно навязывая свои ценностные ориентации. Жесткая форма ценностной экспансии проявлялась в период раннего, преимущественно авантюристического капитализма, сейчас можно видеть более тонкие и мягкие, но не менее действенные формы влияния. Нивелирование культурных и ценностных различий, удобное для

деятельности транснациональных компаний, является следствием глобализации. Начинаясь процесс антиколонизации, в том числе и возвращение материальных культурных ценностей на родину, делает более актуальной адаптацию корпоративных ценностей к культурным особенностям страны дислокации. Нахождение точек ценностных соприкосновений – такую стратегию выбирают компании, следующие путем рационального капитализма.

В пример можно привести компанию AliExpress, которая не стала выкупать местные проекты, как обычно действуют китайские компании на рынке, а стала развивать маркетплейс совместно с российскими партнерами. Создание синтезированной корпоративной культуры – сложный и длительный процесс. Компания AliExpress подошла к этому конструктивно: «Наша основная HR-задача – создать такую среду, где все эти элементы будут находиться в балансе друг с другом и придерживаются основной линии ценностей компании. Не стоит бояться работы в многонациональных командах, ведь именно компании, в которых смешано больше всего культур, национальных особенностей и опыта, становятся самыми успешными» [8]. Стратегию адаптации сотрудников к корпоративной культуре китайской компании AliExpress хорошо выражает популярная китайская поговорка: «Только злые духи ходят прямыми дорогами», что означает поиск мягких способов и стимулов для приобщения к корпоративным ценностям, выявление точек соприкосновения и уважения к другой культуре.

У конкуренции, которая являлась основой рыночной экономики западного образца, появилась альтернатива – солидарность, единение, синергия. Поскольку уровень взаимодействия перешел на глубину ценностных ориентаций, изучение ценностей как основы деятельности компании приобретает всё большее значение. Рациональный капитализм предполагает не только социальную ответственность бизнеса, но и уважение национальных и культурных особенностей. Использование бизнесом корпоративных ценностей в качестве инструмента, регулирующего деятельность людей и организации в целом, затрагивает глубинные основы человека и выводит проблему этического поведения на первый план. Риск прийти к новой форме рабства вместо солидарности очень велик, если компания преследует только собственную выгоду. Противостояние авантюристического и рационального капитализма выходит на новый ценностный уровень.

Литература

1. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Вебер М. Избранные произведения. – М.: Прогресс, 1990. – С. 44.
2. Донских О.А. Человек разумный экономический // ЭКО. – 2016. – № 4 (502). – С. 117–132.

3. *Кириянов О.* Вице-президент Samsung Electronics извинился за своего сына // Российская газета. – 2013. – 31 мая. – URL: <https://rg.ru/2013/05/31/samsung-site-anons.html> (дата обращения: 20.02.2023).
4. *Луман Н.* Социальные системы. Очерк общей теории / пер. с нем. И.Д. Газиева под ред. Н.А. Головина. – СПб.: Наука, 2007. – 643 с.
5. *Луман Н.* Общество общества. В 3 т. Т. 2. Дифференциация. Самоописание. – М.: Логос, 2011. – 640 с.
6. *Нестеренко Е.* Какие ценности компаний привлекают профессионалов и как их создать: примеры и советы // Fin assessment. – 2021. – 27 апреля. – URL: <https://finassessment.net/blog/kakie-cennosti-kompanij-privlekeyut-professionalov> (дата обращения: 21.02.2023).
7. Нестле и Марс обвинили в использовании труда африканских детей. Какие компании получали похожие иски // Московские новости. – 2021. – 13 февраля. – URL: <https://www.mn.ru/smart/nestle-i-mars-obvinili-v-ispolzovanii-truda-afrikanskih-detej-kakie-kompanii-poluchali-pohozhie-iski> (дата обращения: 21.02.2023).
8. *Орлова А.* Получить важное из обеих культур: как в AliExpress Russia объединяют корпоративные ценности России и Китая // Медиaplatforma vc.ru. – URL: <https://vc.ru/aliexpress/101785-poluchit-vazhnoe-iz-obeih-kultur-kak-v-aliexpress-russia-obedinyayut-korporativnyye-cennosti-rossii-i-kitaya> (дата обращения: 21.02.2023).
9. *Сергеева А.* Ценности Samsung Electronics: непрерывность перемен на пути к совершенству // Revalues. – 2021. – 9 июня. – URL: <http://revalues.org/2021/06/09/samsung-electronics-values/> (дата обращения: 21.02.2023).
10. Финансовые показатели Samsung Electronics // TAdviser. – 2022. – 19 июля. – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A4%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5_%D0%BF%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B8_Samsung_Electronics#2014:_.D0.9F.D0.B0.D0.B4.D0.B5.D0.BD.D0.B8.D0.B5_.D0.B2.D1.8B.D1.80.D1.83.D1.87.D0.BA.D0.B8_.D0.BD.D0.B0_10.25_.D0.B4.D0.BE_.24190_.D0.BC.D0.BB.D1.80.D0.B4 (дата обращения: 21.02.2023).
11. Samsung.com. Child Labor Prohibition Policy. – URL: <https://images.samsung.com/is/content/samsung/assets/global/our-values/resource/Samsung-Child-Labour-Prohibition-Policy-Ver2.pdf> (accessed: 21.02.2023).
12. Samsung.com: website. – URL: <https://www.samsung.com/us/about-us/corporate-citizenship> (accessed: 21.02.2023).

Статья поступила в редакцию 22.12.2022.

Статья прошла рецензирование 29.01.2023.

DOI: 10.17212/2075-0862-2023-15.1.1-165-175

CORPORATE VALUES AS THE BASIS OF THE COMPANY'S ACTIVITIES

Prokaeva, Elena,*Postgraduate student of the Philosophy and Humanities Department,**Novosibirsk State University of Economics and Management,**56 Kamenskaya Street, Novosibirsk, 630099, Russian Federation*

ORCID: 0000-0003-4790-7454

SPIN: 3993-4488

elenapro@ngs.ru

Abstract

This article explores the changing approach to the values in the field of business, primarily in transnational corporations. Just a hundred years ago, the German sociologist Max Weber noted for the first time that values directly affect professional activity. At the moment, society's requirements for socially responsible business conduct have increased. Violation of ethical standards by the company and its representatives can significantly affect the value of shares, income and the very existence of the company. Adventure capitalism, which sought to benefit by any means, is increasingly being replaced by rational capitalism, built on the principles of 'universal gain', when the desire for profit is balanced with the interests of society, and solidarity prevails over competition. Modern large companies try to adhere to the principles of ESG (Environmental, Social, and Corporate Governance). The desire to be included in ESG ratings, in which a comprehensive assessment is made on environmental, social and managerial indicators of sustainable development, is explained by the increase in investment attractiveness and the overall prestige of the company. The percentage of participants in such ratings and rankings is growing every year. More companies consciously get engaged in their organizational culture, develop ethical codes, and publish corporate values in open sources. Ensuring the understanding and acceptance of the company's values by each of its employees, so that they can implement them in their daily work, is a difficult task, which requires in-depth knowledge in a variety of fields. The use of values by corporations as a tool in management requires compliance with high moral standards, as it is introduced into the subtle and little-studied sphere of the foundations of not only human activity, but also of the entire human existence. There is a great risk of coming to a new form of slavery instead of freedom, creativity and development. In this paper, the author analyzes the conjugating of companies' activities with their corporate values from the point of view of social philosophy.

Keywords: values, corporate values, organizational culture, corporate culture, value structure, social responsibility.

Bibliographic description for citation:

Prokaeva E. Corporate Values as the Basis of the Company's Activities. *Idei i idealy = Ideas and Ideals*, 2023, vol. 15, iss. 1, pt. 1, pp. 165–175. DOI: 10.17212/2075-0862-2023-15.1.1-165-175.

References

1. Weber M. Protestantskaya etika i dukh kapitalizma [The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism]. Weber M. *Izbrannyye proizvedeniya* [Selected Works]. Moscow, Progress Publ., 1990, p. 44. (In Russian).
2. Donskikh O.A. Chelovek razumnyi ekonomicheskii [Homo sapiens oeconomicus]. *EKO = ECO*, 2016, no. 4 (502), pp. 117–132.
3. Kir'yanov O. Vitse-prezident Samsung Electronics izvinilsya za svoego syna [Samsung Electronics vice president apologizes for his son]. *Rossiiskaya gazeta = Russia's Newspaper*, 2013, 31 May. Available at: <https://rg.ru/2013/05/31/samsung-site-anons.html>. (accessed 20.02.2023).
4. Luhmann N. *Sotsial'nye sistemy. Ocherk obshchei teorii* [Social systems. Essay on the General Theory]. St. Petersburg, Nauka Publ., 2007. 643 p. (In Russian).
5. Luhmann N. *Obshchestvo obshchestva. V 3 t. T. 2. Differentsiatsiya. Samoopisanie* [Society of society. In 3 vol. Vol. 2. Differentiation. Self-description]. Moscow, Logos Publ., 2011. 640 p. (In Russian).
6. Nesterenko E. Kakie tsennosti kompanii privlekayut professionalov i kak ikh sozdat': primery i sovery [What company values attract professionals and how to create them: examples and tips]. *Fin assessment*, 2021, 27 April. (In Russian). Available at: <https://finassessment.net/blog/kakie-tsennosti-kompanij-privlekayut-professionalov> (accessed 21.02.2023).
7. Nestle i Mars obvinili v ispol'zovanii truda afrikanskikh detei. Kakie kompanii poluchali pokhozhie iski [Nestlé and Mars were accused of using the labor of African children. Which companies received similar claims]. *Moskovskie novosti = Moscow Daily News*, 2021, 13 February. (In Russian). Available at: <https://www.mn.ru/smart/nestle-i-mars-obvinili-v-ispolzovanii-truda-afrikanskih-detej-kakie-kompanii-poluchali-pokhozhie-iski> (accessed 21.02.2023).
8. Orlova A. *Poluchit' vazhnoe iz obeikh kul'tur: kak v AliExpress Russia ob'edinyayut korporativnye tsennosti Rossii i Kitaya* [Get important from both cultures: how AliExpress Russia unites the corporate values of Russia and China]. (In Russian). Available at: <https://vc.ru/aliexpress/101785-poluchit-vazhnoe-iz-obeih-kultur-kak-v-aliexpress-russia-obedinyayut-korporativnye-tsennosti-rossii-i-kitaya> (accessed 21.02.2023).
9. Sergeeva A. Tsennosti Samsung Electronics: nepreryvnost' peremen na puti k sovershenstvu [Samsung Electronics values: continuity of change on the path to excellence]. *Revalues*, 2021, 9 June. (In Russian). Available at: <http://revalues.org/2021/06/09/samsung-electronics-values/> (accessed 21.02.2023).
10. Finansovye pokazateli Samsung Electronics [Financial performance of Samsung Electronics]. *TAdviser*, 2022, 19 July. (In Russian). Available at: <https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A>

4%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B2%D1%8B
%D0%B5_%D0%BF%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%82%-
D0%B5%D0%BB%D0%B8_Samsung_Electronics#2014:_.D0.9F.D0.B0.D0.B4.
D0.B5.D0.BD.D0.B8.D0.B5_.D0.B2.D1.8B.D1.80.D1.83.D1.87.D0.BA.D0.B8_.
D0.BD.D0.B0_10.25_.D0.B4.D0.BE_.24190_.D0.BC.D0.BB.D1.80.D0.B4 (accessed
21.02.2023).

11. Samsung.com. *Child Labor Prohibition Policy*. (In Russian). Available at: <https://images.samsung.com/is/content/samsung/assets/global/our-values/resource/Samsung-Child-Labour-Prohibition-Policy-Ver2.pdf> (accessed 21.02.2023).

12. Samsung.com: website. Available at: <https://www.samsung.com/us/about-us/corporate-citizenship> (accessed 21.02.2023).

The article was received on 22.12.2022.

The article was reviewed on 29.01.2023.