

Implication des universités publiques béninoises dans la promotion de pratiques socialement responsables dans le domaine de l'assurance

Involvement of Benin's public universities in promoting socially responsible practices in the insurance sector

NAKOU Zinsou Daniel¹, SIMEN NANA Serge Francis²

¹ Université Cheikh Anta Diop de Dakar, zinsoudanielnakou@gmail.com

² Université Cheikh Anta Diop de Dakar, serge.simen@gmail.com

Reçu le : 28/09/2024

Accepté le: 15/11/2024

Publié le :25/12/2024

Abstract

This article seeks to examine the involvement of universities in promoting socially responsible practices (CSR) within the Beninese insurance sector. The results of a case study show that students' awareness of the concept of CSR is limited, and that insurance companies show little interest in it.

Keywords: CSR, Insurance Company, University, Role of education, Stakeholders.

Jel Classification Codes : D73, H75, I13, J28, L20.

Résumé

Cet article cherche à examiner l'implication des universités dans la promotion des pratiques socialement responsables (RSE) au sein du secteur assurantiel béninois. Les résultats d'une étude de cas montrent que les étudiants ont une sensibilisation restreinte au concept de RSE, et que les sociétés d'assurance manifestent un intérêt limité à cet égard.

Mots-clés : RSE, Compagnie d'assurance, Université, Rôle de l'éducation, Parties prenantes.

Jel Classification Codes : D73, H75, I13, J28, L20.

Auteur correspondant : NAKOU Zinsou Daniel, Université Cheikh Anta Diop de Dakar, zinsoudanielnakou@gmail.com

1. Introduction

En raison de l'environnement concurrentiel et dynamique du marché actuel, les organisations, qu'elles soient publiques ou privées, sont confrontées à un nouvel ensemble de défis et de menaces (Tariq, 2019, p.81). La responsabilité est née en réaction à de nombreux déséquilibres économiques, à l'irresponsabilité des entreprises et aux défis liés à la durabilité (Amodu, 2014 ; Porter et al., 2006). L'objectif de la responsabilité sociale des entreprises (RSE) est de guider les organisations à agir « d'une manière éthique et transparente qui contribue à la santé et au bien-être de la société » (Normes commerciales ISO, 2010). Par conséquent, la RSE fait partie intégrante du monde des affaires depuis des décennies et est devenue intégrée dans de nombreuses universités, les dirigeants de l'enseignement supérieur recherchant des moyens alternatifs pour y parvenir (Carroll, 1991 ; McWilliams et al., 2006).

Les compagnies d'assurance agissent comme des intermédiaires financiers dans la société (Greenbaum et Thakor, 2007). Elles évaluent et fixent le prix des actifs financiers, surveillent les emprunteurs, gèrent les risques financiers et couvrent les conséquences financières de circonstances et de situations que les gens essaient généralement d'éviter (Greenbaum et Thakor, 2007). En remplissant ces fonctions, les compagnies d'assurance ont un impact sur la société (Scott, 2003). Elles exigent généralement des entreprises et des ménages qu'ils adoptent des comportements spécifiques pour augmenter les chances que les prêteurs paient les intérêts et les amortissements, et que les assurés ne rencontrent pas de difficultés (Scholtens, 2011, p.144). Cela vise à réduire le risque d'aléa moral et de sélection adverse ((Beck et al., 2010 ; Levine, 2004). Or, l'impact des institutions financières sur le développement est principalement indirect, car elles facilitent la croissance et le développement d'autres entreprises et ménages (Scholtens, 2006). Grâce à la responsabilité sociétale des entreprises (RSE), les sociétés s'efforcent de prendre en considération non seulement leurs employés et clients, mais aussi l'ensemble des parties prenantes, ainsi que l'environnement naturel et les perspectives de rentabilité à long terme (Elkington, 1998 ; Smith & Lenssen, 2009). Dans le secteur des assurances, l'essor de la RSE s'explique par le désir d'améliorer

l'image de l'entreprise en alignant ses actions sur ses intérêts futurs (Okhrimenko & Hranchenko, 2018, p.616). À la différence de nombreux autres secteurs, l'influence des institutions financières sur le développement est principalement indirecte, car elles soutiennent la croissance et le développement d'autres entreprises et des ménages (Scholtens, 2006).

Les compagnies d'assurance ont une influence limitée sur la RSE en raison de la nature indirecte de leurs activités (Scholtens, 2006). Bien qu'elles contribuent à divers projets en offrant des produits d'assurance (Greenbaum & Thakor, 2007 ; Matthews, 2002), la responsabilité ultime du succès ou de l'échec de ces projets revient aux entrepreneurs (Haupt & Henrich, 2004 ; Jappelli & Pagano, 2002). En intégrant des considérations sociales, éthiques et environnementales dans leurs offres et investissements, les compagnies d'assurance posent des défis supplémentaires pour la gestion et le développement des entreprises par les entrepreneurs (Scott, 2003).

La capacité des entreprises à adopter la RSE dépend de la culture liée aux compétences et qualifications requises (Vdovtsova, 2008). D'après Vdovtsova (2008), l'enseignement supérieur est essentiel pour préparer les futurs leaders et spécialistes du secteur des assurances, en les aidant à encourager des pratiques socialement responsables et à inspirer les jeunes dans le monde du travail. Pour soutenir cette perspective, Lunkina et Karatai (2015, p. 101) soulignent que l'intégration de la responsabilité sociale dans les universités est cruciale pour l'éducation, car elle aide à comprendre les normes de comportement et s'aligne sur des objectifs et valeurs sociales importants pour encourager des comportements conformes aux normes de la vie. Au Bénin, l'incertitude économique et les problèmes du secteur bancaire entravent la mise en place d'une stratégie efficace pour développer le marché de l'assurance, affectant la vente de produits et la protection des clients (Levchenko & Ostapenko, 2016, p.45).

Okhrimenko et Hranchenko (2018) suggèrent que les assureurs nationaux devraient adopter des pratiques de responsabilité sociale des entreprises, ce qui leur offrirait des avantages tels que l'engagement et la fidélisation des employés, ainsi qu'une compétitivité renforcée. Les motivations qui sous-

tendent la divulgation par les universités de leurs responsabilités sociales sont similaires à celles des entreprises (Asemah et al., 2013). Toutefois, dans le contexte universitaire, la responsabilité sociale est encore davantage fondée sur le volontariat et inexplorée, en raison de l'absence de lois obligatoires spécifiques et d'incitations à prendre en compte les pratiques sociales lors de l'évaluation des performances des universités (Asemah et al., 2013). Mais, peu d'études ont abordé la question de la RSE dans les universités au Bénin.

L'activation du mécanisme de RSE des institutions du secteur financier peut permettre de combler une lacune importante dans les ressources d'investissement destinées à financer les objectifs du développement durable (Makarenko et al., 2018). L'article souligne qu'il est possible de réussir dans les affaires tout en respectant des valeurs éthiques et en prenant en compte le bien-être des individus, des collectivités et du milieu naturel (Shyra & Ivashchenko, 2013). Il vise à combler une lacune dans la littérature en évaluant la transparence des universités au Bénin en matière de RSE. Par conséquent, cet article est guidé par la question de recherche suivante : Comment les universités publiques béninoises peuvent-elles influencer et encourager des pratiques socialement responsables dans le domaine assuranciel béninois ?

Cette recherche se déroule en trois étapes : d'abord, nous compilons les résultats d'études antérieures en lien avec notre problématique ; ensuite, nous décrivons la méthodologie adoptée ; enfin, nous présentons et analysons les résultats en les confrontant à la littérature existante.

2. Ancrage théorique

2.1. Importance de l'engagement social et de la responsabilité éthique dans l'enseignement supérieur

Les universités ont un impact significatif sur le bien-être social, l'économie et le développement des pays, ce qui suscite un intérêt croissant des chercheurs pour la RSE au sein de ces institutions (Tariq, 2019). Selon Chen et al. (2015) cité dans Vallées (2013), « la responsabilité sociale des universités est une approche éthique qui implique une gestion responsable des impacts éducatifs, cognitifs, professionnels et environnementaux au sein de la communauté universitaire. Elle repose sur un dialogue participatif

avec la société et vise à promouvoir un développement humain durable à travers quatre étapes : engagement, autodiagnostic, conformité et responsabilité ». Topal (2009) met en avant que la RSE dans les universités repose sur des principes clés, notamment l'importance de l'appropriation et de la responsabilité communautaire. La communauté, dotée de l'expertise nécessaire, est essentielle pour façonner son avenir, et le partenariat avec le campus renforce ces efforts. Les collaborations favorisent le partage des ressources, impliquent activement les jeunes dans le changement, et permettent une évaluation et une réponse dynamiques et évolutives. Nejati et al. (2011) soutiennent que « les universités, en tant que centres de connaissance, ont un rôle à jouer dans la résolution des problématiques sociales. Leur analyse des dix meilleures universités révèle que, bien qu'elles affichent leur engagement sur leurs sites Internet, il existe des variations dans leur communication à ce sujet. Certains domaines, tels que la gouvernance, les droits de l'homme et l'environnement, présentent un niveau de divulgation particulièrement élevé ». Selon Ahmad (2012), « les universités doivent adopter une approche efficace de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) pour protéger l'environnement ». Asemah et al. (2013) ajoutent que « les universités ont une obligation sociale envers leurs parties prenantes et que la RSE améliore leur image. Les principaux aspects de la RSE incluent la responsabilité économique, philanthropique, environnementale, ainsi que le bien-être des employés et l'embauche de professeurs qualifiés. Il est crucial pour les universités d'identifier leurs parties prenantes et de comprendre leurs besoins en information pour assurer une communication efficace ». Cet article soutient que la responsabilité sociale des universités doit dépasser la simple offre de services sociaux en intégrant des initiatives visant à promouvoir la transparence et l'équité dans l'éducation, afin d'augmenter l'impact de leurs actions. (Puukka, 2008).

2.2. RSE dans le secteur des services d'assurance

Selon Hys (2014) et Kampylis & Berki (2014), « la responsabilité est la disposition à rendre compte des effets de ses propres actions. Les auteurs

indiquent que pour que la responsabilité existe, certaines conditions doivent être remplies, telles que la liberté individuelle ou la liberté de prendre des décisions. Par contre, Marks et al. (2017) notifient que « la responsabilité sociale est également appelée la responsabilité de façonner l'avenir. Il s'agit de la responsabilité interne ex ante, c'est-à-dire que la base de l'adoption d'actions appropriées par un individu en référence à des événements futurs est le sens de l'obligation, ou les principes moraux par lesquels un individu est guidé. Simultanément, cet individu est pour lui-même une instance qui se décharge de l'accomplissement de l'obligation ».

Pour Yannik et al. (2022), « l'essence de la RSE est l'activité de l'entreprise (y compris la compagnie d'assurance) qui dépasse largement les bonnes pratiques ». Par ailleurs, Orlicki (2010) fait savoir que « le contrat d'assurance lui-même est considéré comme le contrat de confiance le plus élevé, ce qui oblige les deux parties au contrat à agir avec diligence, d'une part, lors de son exécution et, d'autre part, lors de la réalisation des obligations qui en découlent. Compte tenu du fait que le contrat d'assurance est consensuel et qu'il s'agit d'un contrat fondé sur la confiance mutuelle, la confiance du client envers un organisme d'assurance renvoie au fait que l'assureur respectera certaines exigences formelles, organisationnelles, juridiques et financières, tandis que la compagnie d'assurance est convaincue que toute information fournie par l'assureur est exacte et qu'il n'y a donc rien qui puisse avoir une incidence sur la probabilité de survenance d'un événement ». Mais Dabic et al. (2016) indiquent que la confiance des clients envers les institutions d'assurance résulte de la fonction jouée par l'assurance dans le système social et économique de l'État. En outre, Przybytniowski (2013) signale que « la raison pour laquelle la confiance des clients envers les institutions d'assurance joue un rôle si important est la spécificité d'une compagnie d'assurance et les caractéristiques des services d'assurance, qui comprennent également l'intangibilité, la périssabilité, l'inséparabilité du service et de son fournisseur, l'hétérogénéité, l'impossibilité d'acheter des droits de propriété sur le service, l'asymétrie de l'information ».

Comme l'a écrit Carroll (1991), « les résultats sociaux devraient pouvoir être mesurés car il s'agit d'une question importante à la fois pour les

entreprises et pour la société, et la possibilité de les mesurer ne fera que rendre leur importance visible » (Hartzmark & Sussman, 2019). Pour que l'évaluation des actions entreprises par une entreprise responsable soit contraignante, une stratégie RSE appropriée doit se traduire par des objectifs mesurables de son activité (Ep-stein & Roy, 2001 ; Grzebieniak et al., 2023).

Au début des années 1990, Carroll (1991) a proposé un modèle de responsabilité sociale des entreprises sous la forme d'une pyramide. Si on l'interprète par rapport aux compagnies d'assurance, Kozmenko (2008) avance qu'on peut parler de « responsabilité économique, qui est déterminée par la fonction de base de l'assureur en tant que fabricant du produit d'assurance. Cette fonction vise à satisfaire les besoins des consommateurs d'assurance en matière de couverture d'assurance. Le deuxième niveau est la responsabilité légale, qui est associée au respect des exigences et des normes contenues dans les actes réglementaires en vigueur et dans le contrat d'assurance (police, licence, certificat). Le troisième niveau est celui de la responsabilité éthique, qui exige des actions sociales de la part des représentants des compagnies d'assurance. Ces actions doivent être conformes aux attentes de la société. Elles ne sont pas prescrites dans les actes juridiques pertinents ; elles font appel aux normes de la moralité ».

Kolot (2013) soutient que « la responsabilité philanthropique est le niveau le plus élevé, qui incite les assureurs à mener des actions socialement bénéfiques et à participer volontairement à la mise en œuvre de programmes sociaux de sécurité routière (Arkhipov et al., 2017, p.311), de programmes environnementaux (Polinkevych, 2017, p.299), de programmes éducatifs (Kukurudz et al., 2017), de sports ou d'aide matérielle aux nécessiteux (Polinkevych, 2018, p.290). Ainsi, Porrini, (2011) fait savoir que « c'est le secteur de l'assurance qui peut jouer un rôle décisif dans l'élaboration de décisions politiques et économiques sur les effets du changement climatique.

Kolot (2013) soutient que les critiques du modèle de Carroll (1991) peuvent être ignorées si l'on le voit comme une abstraction théorique. Ce modèle présente une hiérarchie de responsabilités sociales : la responsabilité économique et juridique est fondamentale, la responsabilité éthique est attendue, et la responsabilité philanthropique est souhaitable. De plus, les initiatives visant à promouvoir la responsabilité sociale renforcent la confiance des consommateurs en assurant une information complète et transparente sur les offres d'assurance (Lazányi et al., 2017).

3. Justification des choix méthodologiques

Cet article cherche à examiner l'implication des universités dans la promotion des pratiques socialement responsables au sein du secteur assurantiel **béninois**. La recherche a été menée par le biais d'une enquête auprès de 536 étudiants en finance à temps plein dans trois universités nationales (Abomey-Calavi, Parakou et Kétou), entre mai et juin 2024. Cette méthode a permis d'explorer la perception des étudiants concernant la responsabilité sociale dans le secteur assurantiel béninois. A cet effet, la technique de l'analyse de cas est empruntée pour illustrer les pratiques socialement responsables des compagnies d'assurance nationales. L'échantillon se compose principalement d'étudiants, avec 16,6% en première année, 33,3% en deuxième, 25,0% en troisième, 5,6% en quatrième et 19,5 % en cinquième année. De plus, 69,4% des participants sont des femmes et 30,6% des hommes. Cet article a mis en avant l'importance d'éduquer et d'informer les individus et les organisations sur leurs obligations sociales afin de promouvoir des comportements plus responsables et durables.

4. Résultats

4.1. Approches de perception, stratégies d'application et motivations pour la promotion de la RSE

Selon les résultats du questionnaire (Tableau 1), seuls 30,5% des répondants ont abordé le concept de la RSE. Ainsi, les étudiants perçoivent la RSE comme un outil populaire pour créer une image basée sur les facteurs de la participation sociale (24,1%), une conformité à la législation (16,7%), une activité à long terme, qui devrait être liée à la stratégie commerciale de l'entreprise (14,8%), un outil de contrôle (14,8%), un outil

de communication (13,0%), outil de contrôle (7,4%), un outil de comparaison des résultats avec d'autres organisations (y compris les concurrents) ou avec la norme (1,8%). Ainsi, 7,4% des personnes interrogées ne perçoivent pas du tout la RSE. Pour 25,6% des répondants, le vecteur de la responsabilité sociétale devrait être orienté vers les clients et les partenaires : relations honnêtes et transparentes, respect strict des engagements pris, qualité des services fournis. Tandis que 35,9% des répondants estiment que les employés doivent être la priorité : créer un cadre de travail agréable, s'impliquer dans l'évolution des équipes, garantir un développement continu des compétences et des connaissances pour s'adapter aux changements et aux exigences du monde professionnel, optimiser les compétences et les capacités de chaque membre d'une équipe ou d'une organisation (assurer l'égalité des chances pour les employés, y compris sur la base d'une évaluation objective maximale de leur contribution au succès de l'entreprise, formation continue du personnel avec l'implication de ressources tant internes qu'externes). De même 30,8% des répondants estiment que le vecteur devrait être dirigé vers l'État et la communauté : promouvoir un développement équilibré de la société, y compris l'introduction des meilleures pratiques dans le domaine de la gestion (participer activement aux travaux des groupes de travail du gouvernement et de l'industrie, coopérer avec les établissements d'enseignement et les programmes internationaux, publier régulièrement des articles sur des questions d'actualité dans les médias, etc.). À la question de savoir : « **Les compagnies d'assurance béninoises mettent-elles en œuvre la stratégie de RSE ?** », 2,8% des répondants ont répondu "Oui", 22,2% "Plutôt oui", 50% "Pas sûr", 22,2% "Plutôt non", et 2,8% ont répondu "Non". Cela indique un faible niveau de sensibilisation des étudiants à la RSE des compagnies d'assurance ou une diffusion et une mise en œuvre relativement faibles des stratégies de RSE au sein des compagnies d'assurance. Les étudiants pensent que les principaux motifs qui ont incité les compagnies d'assurance à mettre en œuvre la RSE sont l'expérience internationale (selon 18,5% des répondants), la décision des

propriétaires/investisseurs (20,4%), le traitement recherché par les personnes intéressées (clients, partenaires, communautés, etc.) (22,2%), les relations publiques (9,3%), les actions des concurrents (22,2%) et la loyauté des autorités (1,8%).

Tableau 1 : Approches de perception, stratégies d'application et motivations pour la promotion de la RSE

Items	%
Formes de perception de la RSE	
En tant qu'outil de contrôle	14,80
En tant qu'outil de contrôle	7,4
En tant que conformité à la législation	16,7
Outil de comparaison des résultats avec d'autres organisations	1,8
En tant qu'outil de communication	13,0
En tant qu'activité à long terme, qui devrait être liée à la stratégie commerciale de l'entreprise	14,8 24,1
En tant qu'outil populaire pour créer une image basée sur les facteurs de participation sociale	7,4
Autres	
Compagnies d'assurance béninoises mettent-elles en œuvre la stratégie de RSE	2,80
Pas sûr	22,2
Plutôt non	50,0
Pas sûr	22,2
Plutôt oui	2,8
Oui	
Motifs fondamentaux qui incitent les compagnies d'assurance à mettre en œuvre la RSE	1,8 22,2
Loyauté des autorités	9,3
Actions des concurrents	22,32
Relations publiques	20,4
Traitement recherché par les personnes intéressées	18,5
Décision des propriétaires/investisseurs	
Expérience internationale	

Source : Auteurs

3.2. Parties prenantes et compagnies d'assurance dans le cadre de l'activité de RSE

A travers les résultats issus du tableau 2, 2,8% des répondants ont eu l'occasion de voir et de lire des rapports sur la RSE, et 97,2% n'en ont jamais entendu parler puis 97,2% n'en ont jamais entendu parler. Selon les étudiants, 8,3% des entreprises réagissent aux problèmes écologiques et sociaux parce qu'elles sont obligées de prendre des mesures pour résoudre ces problèmes par le biais de règles et de réglementations, 30,6% parce que

Implication des universités publiques béninoises dans la diffusion des pratiques de RSE dans le secteur de l'assurance

les assureurs sont partiellement obligés de faire quelque chose, 61,1% des entreprises nomment et mettent en œuvre volontairement des initiatives pro-écologiques et sociales. Ainsi, pour atteindre les objectifs, la compagnie d'assurance est guidée par une valeur qui implique également le développement d'une stratégie commerciale et d'une stratégie de responsabilité sociale de l'entreprise, une combinaison de profits et d'activités sociales pour résoudre les problèmes sociaux (63,9% des répondants), uniquement par la valeur économique et le profit, et alors la compagnie peut faire quelque chose de plus pour la société (27,8%) ; exclusivement par l'utilité sociale principalement pour résoudre les exigences fondamentales des individus et des groupes au sein de la communauté, qui sont nécessaires pour assurer leur bien-être et leur intégration sociale, et ainsi, en tenant compte de la situation financière (8,3%). Les participants ont insisté sur la nécessité pour les compagnies d'assurance de s'engager activement dans la RSE, en prenant en compte des intérêts des acteurs clés (Tableau 2). Les étudiants jugent opportun d'étudier régulièrement l'impact sur les employés (68,6%), les clients (40%), l'environnement (26,5%) et la société dans son ensemble (29,4%). Parallèlement, il est opportun d'étudier l'impact sur la communauté régionale (42,4%) et les contre-agents (41,4%) "plutôt régulièrement".

Tableau 2 : Influence sur les acteurs clés qui devraient être étudiés par les compagnies d'assurance dans le cadre de l'activité de RSE

	Régulière ment	Plutôt régulièrement	Irrégulière ment	Plutôt irrégulière ment	N'enquête pas	Difficile à dire
Employés de la compagnie	68,6 40,0	11,4 22,9	5,7 17,1	5,7 5,7	0,0 2,9	8,6 11,4
Clients	6,9	41,4	31,0	6,9	3,4	10,3
Contreparties	26,5	23,5	17,6	11,8	11,8	8,8
Environnement	0,0	42,4	18,2	9,1	12,1	18,2
Communauté régionale	29,4	32,4	11,8	14,7	0,0	11,8
Société en général						

Source : Auteurs

3.3. Mise en place de la RSE dans les compagnies d'assurance

Dans les compagnies d'assurance, on peut observer les éléments suivants comme des exemples de bonnes pratiques dans la mise en pratique du concept de responsabilité sociale de l'entreprise : a) Le volontariat des employés de l'entreprise (38,9% des personnes interrogées) ; b) Les initiatives de sensibilisation à la prévention routière (33,3%) ; c) Le soutien à la jeunesse étudiante et aux activités académiques dans les universités (30,6%) ; d) Le soutien aux événements sportifs (27,7%) ; e) Les campagnes sociales en faveur d'un mode de vie sain (27,7%) ; f) L'investissement socialement responsable (25,0%) ; g) L'aide matérielle aux individus (25,0%) ; h) Le soutien aux foyers pour enfants (22,2%) ; i) programmes éthiques pour les employés (22,2%) ; j) financement d'activités dans les jardins d'enfants et les écoles (22,2%) ; k) mesures de protection de l'environnement (13,9%) ; l) technologies de marketing socialement responsables (13,9%) ; m) rapports sociaux (non financiers) (13,9%) ; et n) contrôle des entreprises (11,1%).

Par ailleurs, selon les répondants, les avantages les plus importants découlant des mesures liées à la RSE (Tableau 3) concernent la confiance accrue des consommateurs (58,3%), les décisions sociales (50,0%), les possibilités de développement des employés (44,4%), l'augmentation de la loyauté des employés (30,6%), le leadership sur le marché (30,6%), l'amélioration de l'image de l'entreprise (27,7%), l'augmentation des ventes de services d'assurance (22,2%), les bonnes relations avec l'environnement (19,4%), l'intérêt accru des investisseurs (19,4%) ; l'environnement propre (13,9%) ; la sourire des enfants (5,6%) (Tableau 3). Dans le même temps, 8,33% des personnes interrogées pensent que les mesures de RSE n'apportent aucun avantage aux compagnies d'assurance.

Tableau 3 : Mise en place de la RSE dans les compagnies d'assurance

Items	%
Pratiques optimales pour l'implémentation de la RSE	
Soutien à la jeunesse étudiante et aux activités académiques dans les universités	30,6
Soutien aux événements sportifs	27,7
Campagnes sociales promouvant un mode de vie sain	27,7
Investissement socialement responsable	25,0
Aide matérielle aux individus	25,0
Soutien aux foyers pour enfants	22,2
Programmes éthiques pour les employés	22,2
Financement d'activités dans les jardins d'enfants et les écoles	13,9
Mesures de protection de l'environnement	13,9
Technologies de marketing socialement responsables	13,9
Rapports sociaux (non financiers)	11,1
Contrôle des entreprises	38,9
Travail bénévole des employés de l'entreprise	33,3
Initiatives de sensibilisation sociale de prévention routière	58,3
Mise en place d'initiatives en faveur de la RSE	
Confiance accrue des consommateurs	50,0
Décisions sociales	44,4
Possibilités de développement des employés	30,6
Augmentation de la loyauté des employés	30,6
Leadership sur le marché	27,7
Amélioration de l'image de l'entreprise	22,2
Augmentation des ventes de services d'assurance	19,4
Bonnes relations avec l'environnement	19,4
Intérêt accru des investisseurs	13,9
Environnement propre	5,6
Sourire des enfants	8,33
Avantage aux compagnies d'assurance	

Source : Auteurs

3.4. Raisons pour lesquelles la RSE n'est pas mise en place dans les compagnies d'assurance

Les étudiants ont identifié plusieurs raisons expliquant la faible acceptation de la RSE dans le secteur des assurances (Tableau 4). Parmi eux, on trouve des incitations juridiques insuffisantes (58,3%), un manque de sensibilisation au concept de RSE (52,7%), un manque d'attention à l'environnement (41,7%), un manque d'espace pour les parties prenantes (36,1%), une faible productivité des employés (22,2%), la conviction que

la mise en œuvre d'une stratégie de RSE est irréalisable pour une compagnie d'assurance (19,4%), des coûts excessifs pour l'entreprise (11,1%), une taille d'entreprise jugée trop petite pour adopter une telle stratégie (11,1%).

Tableau 4 : Raisons pour lesquelles la RSE n'est pas mise en place

Items	%
Incitations juridiques insuffisantes	58,3
Taille d'entreprise jugée trop petite pour adopter une telle stratégie	11,1
Manque de sensibilisation au concept de RSE	52,7
Coûts excessifs pour l'entreprise	11,1
Manque d'attention à l'environnement	41,8
Conviction que la mise en œuvre d'une stratégie de RSE est irréalisable pour une compagnie d'assurance	19,4
Manque d'espace pour les parties prenantes	36,1
Faible productivité des employés	22,2

Note : Les personnes interrogées avaient la possibilité de choisir plusieurs raisons

Source : Auteurs

3.5. Informations sur la RSE dans les programmes d'études et sur l'importance de leur évaluation

Il est possible d'observer les réponses suivantes lorsque l'on examine si les étudiants ont étudié les aspects de la responsabilité sociale des entreprises (RSE) des compagnies d'assurance à l'université : Il n'y a eu que 5,6% des participants qui ont répondu "Oui" ; 11,1% "Plutôt oui", 13,9% "Pas sûr", 22,2% "Plutôt non" et 47,2% "Non". En conséquence, l'analyse du concept de responsabilité sociale des entreprises est considérée comme limitée, les données étant fournies uniquement dans le contexte du travail indépendant et individuel des étudiants (le plus souvent, lors de la préparation des mémoires de recherche des étudiants). Il est aussi recommandé de confronter les opinions des étudiants concernant la question suivante : "Est-ce que les aspects de la responsabilité sociale des entreprises des compagnies d'assurance devraient être abordés à l'université?" (Tableau 5). Les répondants ont donné la réponse "Oui" à 27,8%, "Plutôt oui" à 47,2%, "Pas sûr" à 16,7%, "Plutôt non" à 8,3 % et "Non" à 0,0%. De la même manière, pendant l'enquête, les étudiants ont également donné leur réponse à la question essentielle suivante : "Est-ce que les compagnies d'assurance devraient adopter des pratiques socialement responsables?" De

Implication des universités publiques béninoises dans la diffusion des pratiques de RSE dans le secteur de l'assurance

cette manière, 44,4% des participants ont donné leur réponse en disant "Oui", 36,1% "Plutôt oui", 13,9% "Pas sûr", 2,8 % "Plutôt non" et 2,8 % "Non".

Tableau 5 : Informations sur la RSE dans les programmes d'études et sur l'importance de leur évaluation

Items	Avez-vous étudié les aspects de la RSE des compagnies d'assurance dans votre université ?	Les aspects de la RSE des compagnies d'assurance devraient-ils être étudiés à l'université ?
Oui	5,6	27,8
Plutôt oui	11,1	47,2
Pas sûr	13,9	16,7
Plutôt non	22,2	8,3
Non	47,2	0,0

Source : Auteurs

Selon les résultats de l'enquête par questionnaire, il est constaté que les étudiants manquent de sensibilisation au concept de responsabilité sociale. Cependant, la bonne nouvelle est que l'on comprend l'importance de l'étude de ce concept et que les compagnies d'assurance peuvent mettre en place des pratiques de responsabilité sociale. Le tableau 6 présente les pratiques de responsabilité sociale des compagnies d'assurance béninoises sur la base de la méthode de l'étude de cas. Dans cette optique, on a choisi les compagnies d'assurance qui ont été labellisées comme ayant des pratiques de responsabilité sociale plus efficaces. Ces pratiques mettent en évidence le manque d'intérêt des compagnies d'assurance béninoises envers l'exploitation de la performance.

Tableau 6 : Pratiques des compagnies d'assurance béninoises en matière de RSE

Identifiant de la Compagnies d'assurance	Cas de la RSE
A	Groupe cible : Environnement Nature du cas : Participation à l'événement consacré à la Journée de la Terre, initié par les médias en ligne Nature de l'affaire : Soutien au concours international des jeunes musiciens et artisans
B	Il n'y a pas d'information sur la responsabilité sociale sur le site web de l'entreprise.
C	Il n'y a pas d'informations sur la responsabilité sociale sur le site web de l'entreprise.
D	Il n'y a pas d'informations sur la responsabilité sociale sur le site web de l'entreprise.
E	Group Groupe cible : Employés et communauté locale La journée d'activité sociale est un projet social international unique. C'est l'occasion pour tout employé d'utiliser son temps de travail une fois par an pour des activités bénévoles au profit d'organisations caritatives ou d'institutions sociales, ou pour une assistance directe aux nécessiteux et aux démunis.

Source : Auteurs sur la base des données des sites des compagnies d'assurance

5. Discussion

Les résultats de l'enquête par questionnaire révèlent une faible prise de conscience des étudiants quant au concept de responsabilité sociale des entreprises. Cependant, le bénéfice réside dans la prise de conscience de l'importance de l'étude de ce concept et dans la possibilité de mettre en place des pratiques de responsabilité sociale par les compagnies d'assurance. L'analyse des compagnies d'assurance reconnues comme ayant de meilleures performances a été réalisée en utilisant la méthode de l'étude de cas, en se basant sur la responsabilité sociale. Le manque d'intérêt des compagnies d'assurance béninoises pour le concept de responsabilité sociale est mis en évidence par ces pratiques. Leurs résultats financiers, leurs notes, leurs récompenses et différents événements marketing sont les plus prisés. Il n'y a que des informations isolées concernant les projets sociaux financés par les entreprises. De manière générale, il ne s'agit pas de développer une stratégie de responsabilité sociale et de relations non financières. Il est

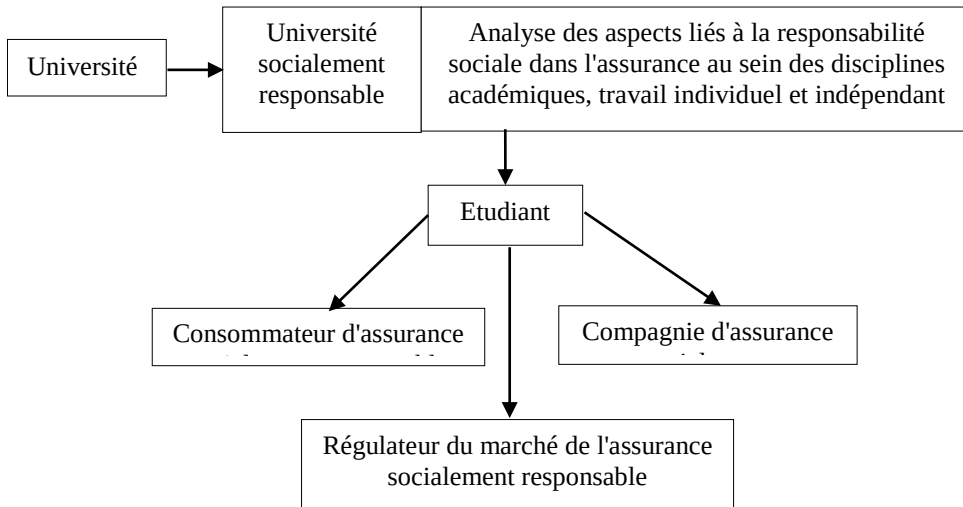
important de souligner que les compagnies d'assurance internationales ont déjà incorporé les principes et les outils de la responsabilité sociale dans leurs propres stratégies de développement (Khovrak & Trynchuk, 2018, p. 27). La responsabilité sociale est en fin de compte un indicateur de la maturité sociale d'une compagnie d'assurance, qui doit être perçue comme un système global, relativement stable, basé sur la prise de conscience de sa position, de son rôle et de ses responsabilités tant sur le marché de l'assurance que dans la société dans son ensemble.

Dans le domaine de l'assurance, la construction d'une culture de la responsabilité sociale est un processus en constante évolution et en constante évolution. Ainsi, l'évolution du contenu de l'enseignement universitaire devrait prévoir l'intégration de l'éthique et de la responsabilité sociale dans le milieu éducatif. Il est aussi nécessaire qu'il repose sur un système souple pour intégrer l'innovation dans le processus éducatif. Parallèlement à cela, la construction d'une culture de la responsabilité sociale oriente les universités vers la préservation de la vie étudiante actuelle et leur préparation à un avenir durable. L'objectif est de tenir compte des particularités du contexte social et environnemental du développement, en prenant en compte les intérêts et les besoins des divers acteurs de la société.

Afin de garantir un développement durable, une culture développée de la responsabilité sociale favorisera la mise en valeur et le développement des talents des étudiants. L'influence de l'université sur la propagation des pratiques de responsabilité sociale des compagnies d'assurance est illustrée dans la figure 1. De cette façon, l'enseignement universitaire a la capacité d'avoir un impact sur le processus de formation de la personnalité dans le cadre des tendances contemporaines afin de garantir un développement responsable et de neutraliser les processus et les phénomènes de développement négatifs de la société, qui peuvent mettre en péril les générations futures (Zagiriak et al., 2018). Dans notre société contemporaine, l'université offre non seulement une formation scientifique

et professionnelle, mais également une formation intellectuelle, une conscience morale élevée et une responsabilité sociale.

Figure 1 : Illustration du rôle des universités dans la propagation des pratiques de responsabilité sociale des compagnies d'assurance



Source : Auteurs

Conclusion

Les sociétés d'assurance ont un rôle crucial dans l'économie nationale, tels que celui d'employeur, de contribuable, de producteur et de fournisseur de services d'assurance, ainsi que d'investisseur. En raison de leur influence importante sur la société, il est essentiel de créer des relations avec les parties prenantes basées sur des règles claires, le respect et le dialogue, en prenant en considération les objectifs économiques, sociaux et environnementaux. Par conséquent, afin de garantir leur propre croissance, les compagnies d'assurance doivent toujours s'assurer de la confiance de leurs clients et partenaires et gérer leurs activités en respectant les normes juridiques et les valeurs. Au sein des universités, il est possible d'atteindre un tel développement en instaurant une culture de responsabilité sociale chez les étudiants.

Le concept de responsabilité sociale devrait être mis en place par les compagnies d'assurance, c'est-à-dire agir de manière responsable (en limitant leur propre influence négative sur les acteurs clés) et inciter les employés, les clients et les partenaires à être responsables (par le biais de

programmes de développement du personnel, de codes de déontologie, d'offres de produits et de services bien préparés).

Les établissements d'enseignement supérieurs contemporains doivent non seulement enseigner à un étudiant, mais aussi l'éduquer en tant que personne socialement responsable, capable de devenir un consommateur responsable de services d'assurance, un propriétaire, un directeur ou un employé d'une compagnie d'assurance, un représentant responsable de l'organisme public de régulation du marché de l'assurance. C'est la raison pour laquelle lors de l'étude universitaire, il est crucial de guider les étudiants vers des positions idéologiques et des orientations de valeurs adéquates, en favorisant le dialogue et la coopération éthique. Cela apportera un soutien à la formation professionnelle des étudiants et leur permettra de développer des compétences professionnelles modernes.

Références bibliographiques

- 1) Ahmad, J. (2012), "Une université peut-elle jouer le rôle de moteur de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) ? Une analyse", *Journal de la Responsabilité Sociale* (Langue originale : Anglais), Vol. 8 No. 1, pp. 77-86.
- 2) Amodu, N. (2014), "Responsabilité sociale des entreprises au Nigeria : réflexions et nouvelle conceptualisation" (Langue originale : Anglais), 97, SSRN.
- 3) Asemah, S., Okpanachi, A. and Olumuji, O. (2013), "Universités et performance en matière de responsabilité sociale des entreprises : une déformation de la réalité.", *Revue de Recherche Africaine* (Langue originale : Anglais), Vol. 7 No. 4, pp. 195-224.
- 4) Beck T., Demirgüç-Kunt A, Levine R. (2010). *Institutions financières et marchés à travers les pays et au fil du temps : La base de données mise à jour sur le développement et la structure financière*. *Revue économique de la Banque mondiale* (Langue originale : Anglais), 24 : 77–92.
- 5) Bibik, N. (2012). *Responsabilité sociale des entreprises en Ukraine : situation actuelle et perspectives d'évolution*, recueil d'articles scientifiques (Langue originale : Ukrainien), 14, 9-16.
- 6) Bobko, L. (2016). *Responsabilité sociétale des entreprises : état actuel de son développement en Ukraine* (Langue originale : Ukrainien), Série : Sciences Économiques, 2.
- 7) Carroll, A. (1991). *La pyramide de la responsabilité sociale des entreprises : vers une gestion éthique des parties prenantes de l'organisation*. (Langue originale : Anglais), *Business Horizons*, 34(4), 39-48.

- 8) Carroll, A.B. (1999). "L'évolution d'un concept définitionnel de la responsabilité sociale des entreprises" (Langue originale : Anglais), *Business and Society*, 38(3), 268-295.
- 9) Dabic, M., Colovic, A., LaMotte, O., Painter, M., & Brozovic, S. (2016). "La RSE spécifique à l'industrie : Analyse de 20 ans de recherche" (Langue originale : Anglais), *European Business Review*, 28, 250-273.
- 10) Dong, M., Hirshleifer, D., & Teoh, S.H. (2020). Évaluation et inventivité des entreprises (Langue originale : Anglais), *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, pp. 1-19.
- 11) Elkington, J. (1998). *Cannibales avec des fourchettes* (Langue originale : Anglais), Capstone : Oxford.
- 12) Epstein, M., & Roy, M.J. (2001). La durabilité en action : identification et mesure des principaux moteurs de performance (Langue originale : Anglais), *Long Range Planning Journal*, vol. 34.
- 13) Greenbaum, S.I., & Thakor, A.V. (2007). *Intermédiation financière contemporaine* (Langue originale : Anglais), Elsevier : Amsterdam.
- 14) Grzebieniak, A. (2023). La qualité : le facteur le plus important en période de crise économique (Langue originale : Anglais), *Business and Public Administration Studies*, vol. 17, n°1, Washington Institute of China Studies., pp. 12-17.
- 15) Grzebieniak A., Dziekański P., & Bucki D., (2023), Compétitivité du marché des services d'assurance en Pologne. Déterminants théoriques et pratiques de la recherche (Langue originale : Anglais), *Business and Public Administration Studies*, Vol. 17, No. 1, Institut de recherche sur la Chine de Washington, pp. 8-11.
- 16) Hartzmark, S.M. & Sussman A.B. (2019). Les investisseurs valorisent-ils la durabilité ? Une expérience naturelle examinant le classement et les flux de fonds (Langue originale : Anglais), *The Journal of Finance*, 74, pp. 2789-2837.
- 17) Haupt U, Henrich U. (2004). Document de politique sectorielle sur le développement du système financier. Ministère fédéral allemand de la Coopération économique et du Développement : Bonn (Langue originale : Anglais).
- 18) Horyslavets, P., Horbova, Kh., Zelenytsia, I., & Trynchuk, V. (2018). Le médiateur financier et sa fonction dans la sauvegarde des consommateurs sur le marché polonais de l'assurance (Langue originale : Ukrainien), 3(26), 268-280.
- 19) Hys K., (2014), L'évolution de la responsabilité sociale des entreprises, une phase d'actions concrètes, *Économie d'entreprise et Organisation* (Langue originale : Ukrainien), Nr 12 (779), Warszawa, p. 105.
- 20) Jappelli, T. et Pagano, M. (2002). Partage d'informations, prêts et défauts : preuves à l'échelle internationale (Langue originale : Anglais), *Journal of Banking and Finance*, 26, 2017–2045.
- 21) Johnsen, D.B. (2003). Investissement socialement responsable : une évaluation critique (Langue originale : Anglais), *Journal of Business Ethics*, 43, 219–222.

Implication des universités publiques béninoises dans la diffusion des pratiques de RSE dans le secteur de l'assurance

- 22) Kaigorodova, G., Mustafina, A. et Alyakina, D. (2018b). Axes d'amélioration du système d'information des compagnies d'assurance (Langue originale : Anglais), Journal of Physics: Conf. Series, 1015.
- 23) Kamylyis, P. et Berki, E. (2014). Favoriser la pensée créative. [pdf] Académie internationale de l'éducation (Langue originale : Anglais), UNESCO, p. 6.
- 24) Khoma, I., Moroz, L., et Horyslavets, P. (2018). Diagnostic des conflits au sein du système de formation de la responsabilité sociale des entreprises (Langue originale : Anglais), Journal of Competitiveness, 10(3), 16-33.
- 25) Khovrak, I. (2017). Khovrak, I. (2017). La responsabilité sociale comme stratégie de leadership des entreprises sur le marché. Revue de l'Institut des affaires publiques de l'Université Jagiellonian, Gestion Publique (Langue originale : Polonais), 3(39), 391-401.
- 26) Khovrak, I., & Trynchuk, V. (2018). La responsabilité sociale constitue une priorité stratégique pour le développement des activités d'assurance. Rapport de Strakh (Langue originale : Ukrainien), 4(72), 24-27.
- 27) Klapkiv, Y. (2016). Stratégie de développement institutionnel dans le secteur de l'assurance. Bulletin scientifique de Polissia, 4(8), section 1, 132-136.
- 28) Klapkiv, Y., Niemczyk, L., & Vakun, O. (2017). Mécanisme financier des activités d'assurance. Bulletin scientifique de Polissia (Langue originale : Anglais), 4(12), section 2, 84-91.
- 29) Kolot, A. (2013). Responsabilité sociale des entreprises : évolution et progression des perspectives théoriques. Théorie économique (Langue originale : Ukrainien), 4, 5-27.
- 30) Kozmenko, O. (2008). Le marché de l'assurance en Ukraine dans le contexte du développement durable : une monographie (350p) (Langue originale : Ukrainien), Sumy: UABS NBU.
- 31) Kukurudz, O., Maltseva, V., & Trynchuk, V. (2017). Outils pour la mise en œuvre de la responsabilité sociale des entreprises dans le secteur de l'assurance. Les finances en chiffres (Langue originale : Ukrainien), 4, 14-19.
- 32) Lazányi, K., Čepel, M. et Bilan, S. (2017). Comparaison de la confiance et des relations sociales entre les étudiants de l'enseignement supérieur russe et hongrois (Langue originale : Anglais), 4, 5-27.
- 33) Economics and Sociology, 10(4), 162-174.
- 34) Levchenko, V., & Ostapenko, M. (2016). Formation du portefeuille optimal de services d'assurance des types d'assurance volontaire (Langue originale : Anglais), Insurance Markets and Companies, 7(1), 45-51.
- 35) Levine R. (2004). Finance et développement: théorie et preuves (Langue originale : Anglais), NBER Working Paper 10766, NBER: Cambridge, MA.
- 36) Lunkina, T., & Karatai, T. (2015). Les grandes lignes du développement de la responsabilité sociale au sein des établissements d'enseignement supérieur de l'Académie Kyiv-Mohyla. Série : Économie (Langue originale: Ukrainien), 265(253), 100-105.
- 37) Makarenko, I., Yelnikova, Y., et Lasukova, A. (2018). La responsabilité sociale des entreprises dans le secteur financier à la lumière du financement des objectifs de développement durable : le rôle des banques et des bourses. Public and Municipal Finance (Langue originale: Anglais), 7(3), 1-14.

- 38) Marks, M., Chandler, L., et Baldwin, C. (2017). L'art environnemental comme un moyen innovant d'éducation environnementale dans les réserves de biosphère (Langue originale: Anglais), *Environmental Education Research*, 23(9), 1307-1321.
- 39) Matthews, J.A. (2002). Dynamiques concurrentielles schumpétériennes et apprentissage économique : une perspective basée sur les ressources à l'échelle de l'économie. Université de Macquarie, mimeographe (Langue originale: Anglais).
- 40) Merlo, P., Dankiewicz, R., et Ostrowska-Dankiewicz, A. (2013). Méthodes probabilistes et statistiques d'analyse des risques dans l'évaluation de l'efficacité des investissements et leur application dans la pratique commerciale (Langue originale: Anglais), *Aktualni problemy ekonomiky*, 12, 437-446.
- 41) Mind.ua. (2018). Notation des compagnies d'assurance au premier semestre de l'année 2018 p. [Les entreprises de la région à la recherche d'une solution aux problèmes de l'I-ho pivrichchia 2018 (Langue originale: Ukrainien).
- 42) Morris, R., Wood, G., et Pierce, G. B. (2011). Améliorations des ratios de plaintes des consommateurs d'assurance (Langue originale: Anglais), *Insurance Markets and Companies*, 2(1), 34-37.
- 43) Nejati, M., Shafaei, A., Salamzadeh, Y. et Daraei, M. (2011). La responsabilité sociale des entreprises et les établissements d'enseignement supérieur : analyse des sites internet des 10 meilleures universités au monde (Langue originale: Anglais), *African Journal of Business Management*, Vol. 5 No. 2, pp. 440-447.
- 44) Okhrimenko, O., & Hranchenko, E. (2018). La responsabilité sociale des entreprises d'assurance en tant qu'instrument de compétitivité internationale L'économie de la conspiration (Langue originale: Ukrainien), 15, 616-625.
- 45) Orlicki M., 2010, Réglementation du contrat d'assurance. In Handschke J., Monkiewicz J. (ed.), *Insurance. Manuel académique*, Poltext (Langue originale: Polonais), p. 121-142.
- 46) Polinkevych, O. (Ed.). (2017). L'économie de cette approche : un processus et une gestion responsables sur le plan social pour le développement innovant des systèmes d'entrepreneuriat, (Langue originale: Ukrainien), (368 p), Lutsk: Vezha-Druk.
- 47) Polinkevych, O. (Ed.). (2018). Approches et outils technologiques pour favoriser l'innovation dans le développement des entreprises, (416p). Lutsk: Vezha-Druk.
- 48) Polinkevych, O., & Kamiński, R. (2018). Corporate image in behavioral marketing of business entities. *Innovative Marketing*, 14(1), 33-40.
- 49) Porrini, D. (2011). The (potential) role of insurance sector in climate change economic policies. *Environmental Economics*, 2(1), 28-37.
- 50) Przybytnowski J.W., (2013), Compétitivité du marché de l'intermédiation en assurance en Pologne, Managerial Publishing House PTM Warsaw (Maison d'édition managériale) (Langue originale: Polonais), pp. 89-93.
- 51) Puukka, J. (2008), "Mobiliser l'enseignement supérieur en faveur du développement durable : enseignements issus de l'étude de l'OCDE, document présenté lors de la 4e conférence internationale de Barcelone sur l'enseignement supérieur (Langue originale: Anglais), Global University Network for Innovation (GUNI), Barcelona.
- 52) Rotova, T., & Trynchuk, V. (2004). La culture de l'assurance. Les assurances de Strakhova, (Langue originale: Ukrainien), 4, 28-30.
- 53) Scholtens, B. (2006). La finance comme moteur de la responsabilité sociale des entreprises (Langue originale: Anglais), *Journal of Business Ethics*, 68, 19–33.

Implication des universités publiques béninoises dans la diffusion des pratiques de RSE dans le secteur de l'assurance

- 54) Scholtens, B. (2009). La responsabilité sociale des entreprises dans le secteur bancaire international (Langue originale: Anglais), *Journal of Business Ethics*, 86, 159–175.
- 55) Scott, P. (2003). L'impact des assureurs reste inexploré (Langue originale: Anglais), *Environmental Finance*, 17, 22.
- 56) Shyra, N., & Ivashchenko, A. (2013). Directives pour l'application du système de responsabilité sociale des entreprises dans les pratiques des entreprises ukrainiennes. *Économie performante* (Langue originale : Ukrainien), 11.
- 57) Smith NC, Lenssen G (Eds.) (2009). *Intégration de la responsabilité sociétale des entreprises* (Langue originale : Anglais), John Wiley & Sons: Chichester.
- 58) Sułkowska, W. (Ed.). (2013). *Le secteur de l'assurance : enjeux actuels* (426 p.). Édition scientifique par Wanda Sułkowska. Varsovie : Difin (Langue originale : Polonais).
- 59) Sułkowska, W., & Cycoń, M. (Ed.). (2017). *Directives pour le développement de l'assurance publique et privée*. (342 p.). Rédacteurs scientifiques : Wanda Sułkowska, Maciej Cycoń. Varsovie : Poltext (Langue originale : Polonais).
- 60) Sułkowska, W., & Strupczewski, G. (Ed.) (2015). *Les dilemmes: Théorie et pratique de l'assurance* (354 pages). Auteurs scientifiques : Wanda Sułkowska, Grzegorz Strupczewski. Éditeur : Poltext (Langue originale : Polonais).
- 61) Tariq H. I. (2019), La divulgation des universités égyptiennes sur la responsabilité sociale contribue-t-elle au développement durable ? *Journal des Sciences Humaines et Sociales Appliquées*, Vol. 2, N°2, pp. 81-99.
- 62) Topal, R. (2009). "La responsabilité sociale des entreprises dans les universités à travers le monde", documents de discussion sur la responsabilité sociale, (Langue originale: Anglais), N° 0902, Réseau de recherche sur la responsabilité sociale.
- 63) Vdovtsova, S. (2008). Mécanismes de motivation du comportement des jeunes sur le marché du travail ukrainien, (Langue originale: Anglais), *Économie et Sociologie*, 1(1), 105-108.
- 64) Yannik B., Kim J.H., Björn R. (2022). La responsabilité sociale des entreprises et l'efficacité du marché : preuves issues des mesures ESG et de la surévaluation, *Journal of Banking & Finance*, (Langue originale: Anglais), Vol. 134, Numéro C, pp. 1-16.
- 65) Yedynak, T., Zelenytsia, I., Horyslavets, P., & Trynychuk, V. (2018). Expérience internationale concernant le fonctionnement de l'institution du médiateur financier. Rapport de Strakh, (Langue originale : Ukrainien) , 2, 28-35.
- 66) Zagirniak, D., Khovrak, I., et Perevozniuk, V. (2018). La convergence des méthodes d'enseignement dans les universités écossaises et ukrainiennes dans le cadre du leadership éthique (Langue originale : Anglais), *International Journal of Engineering & Technology*, 7(4.3), 550-556.