



УДК 338.23:316.4

## КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Вікторія Стеценко; Юлія Березова

*Національний університет харчових технологій, Київ, Україна*

**Резюме.** Сьогодні корпоративна соціальна відповідальність є метрикою того, наскільки добре підприємство взаємодіє з партнерами, працівниками, громадами, як на місцевому, так і на глобальному рівні. Підтримка загального соціального блага стає для більшості компаній важливою метою діяльності. Підприємства, які дотримуються засад корпоративної соціальної відповідальності, використовують власні ресурси на користь суспільства, надають моральну та фінансову підтримку тим, хто цього найбільше потребує, допомагають у вирішенні проблем, які не в змозі вирішити органи влади. Всі сили та фінансові ресурси нині покладені на боротьбу з Covid-19. Кількість жертв збільшується щодня, карантинні заходи зупинили діяльність багатьох галузей економіки, люди залишилися без джерела доходу, зменшилася купівельна спроможність населення. Пандемія вплинула на попит, пропозицію та на спроможність компаній доставляти товари на ринок. Підприємства повинні швидко реагувати на ці зміни, щоб задовольнити потреби населення і уникнути дефіциту на товари першої необхідності. Багато вітчизняних підприємств малого бізнесу, через збитки завдані карантинними заходами, не зможуть повернутися до своєї роботи. Складно точно оцінити наслідки Covid-19, адже немає сектору економіки, який би був поза межами руйнівного впливу епідемії. Органи влади взяли на себе зобов'язання не допустити поширення вірусу, але без допомоги підприємств, зокрема, фінансової, подолати епідемію неможливо. Стаття присвячена дослідженню ролі корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) у подоланні світової пандемії. Розглянуто сутність, історію виникнення поняття «корпоративна соціальна відповідальність» та основні підходи до формування КСВ на підприємстві. Досліджено наслідки впливу пандемії на стан світової та української економіки. Проаналізовано досвід найбільших іноземних компаній у реалізації соціально орієнтованих заходів у боротьбі з пандемією. На основі отриманих результатів досліджень, було надано пропозиції щодо визначення ролі корпоративних соціальних підприємств у подоланні епідемії в Україні.

**Ключові слова:** корпоративна соціальна відповідальність, соціальна відповідальність українських підприємств, бізнес під час пандемії.

[https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk\\_tntu2020.02.243](https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.243)

Отримано 10.04.2020

UDC 338.23:316.4

## CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF ENTERPRISES IN THE PANDEMIC CONDITIONS

Victoria Stetsenko; Yuliia Berezova

*National University of Food Technology, Kyiv, Ukraine*

**Summary.** At present corporate social responsibility is the metrics of company interaction with partners, staff, citizens at local and global level. The support of the common social welfare is becoming an important activity target for most businesses. Companies which follow the principles of corporate social responsibility, use their own resources for the benefit of society, provide moral and financial support to those who need, assist in solving the problems that can not be solved by the authorities. Nowadays all efforts and financial resources are focused on the fight against Covid-19. The number of casualties increases every day, quarantine measures have interrupted many economy sectors operation, people stay without earning sources, and the purchasing power of the population

*has decreased. The pandemic affected the demand, supply and companies ability to deliver goods to the market. Companies should quickly respond to these changes in order to meet the population needs and avoid essential goods shortage. Many national small business enterprises, due to losses caused by quarantine measures, will not be able to return to their work. It is difficult to assess accurately Covid-19 impact, as there is no economy sector that is beyond the devastating epidemic effect. The authorities commit themselves to prevent the virus spread, but is impossible to overcome the epidemic without companies assistance, particularly financial one. The paper deals with the investigation of corporate social responsibility (CSR) role in overcoming the global pandemic. The essence, history of «corporate social responsibility» concept and main approaches to CSR development at the enterprise are considered. The consequences of pandemic impact on the global and Ukrainian economies are investigated. The experience of the largest foreign companies in the implementation of socially-oriented activities in the fight against the pandemic is analysed. Based on the obtained investigation results proposals concerning the corporate social enterprise role in overcoming the epidemic in Ukraine are given.*

**Key words:** *corporate social responsibility, social responsibility of Ukrainian enterprises, business during the pandemic.*

[https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk\\_tntu2020.02.243](https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.243)

Received 10.04.2020

**Постановка проблеми.** Корпоративна соціальна відповідальність дає можливість іноземним та вітчизняним підприємствам успішно розвиватися в сучасному бізнес-середовищі, бути конкурентоспроможними на світовому ринку й ефективно використовувати власні можливості для допомоги у вирішенні локальних і глобальних проблем людства.

Пандемія забирає людські життя, завдає збитків бізнесу, заважає законотворчим процесам у країні. Діяльність закладів громадського харчування, торговельно-розважальних центрів, фітнес-центрів, закладів культури, закладів торговельного та побутового обслуговування населення забороняється у відповідності до законодавства, тому власники і працівники залишилися без джерела доходу. В умовах пандемії кількість соціальних програм скорочується і головною метою діяльності всіх підприємств стає збереження бізнесу, виконання основних функцій: виготовлення товарів, забезпечення населення робочими місцями, поповнення бюджету держави, задоволення потреб споживачів.

Зміни курсу валют, зменшення або відсутність прибутку, низька купівельна спроможність населення, обмеження діяльності карантинними заходами – умови які не дозволяють підприємствам нормально функціонувати і розвиватися. Досвід інших держав показав, що для подолання епідемії необхідне об'єднання сил та ресурсів виробників, держави та населення.

Сучасна ситуація в світі викликає необхідність розроблення заходів для об'єднанні зусиль вітчизняних соціально відповідальних підприємств у боротьбі із загрозою Covid-19.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретико-методологічні аспекти формування та розвитку соціальної відповідальності підприємств описані в дослідженнях таких іноземних вчених, як А. Берле, Г. Боуена, М. Веласкеса, А. Керолла, Ф. Котлера, Г. Мінза, К. Сміта, М. Фрідмана. Особливий інтерес становлять праці вітчизняних науковців О. Даниленка, В. Євтушенка, А. Колота, Н. Кирилюка, М. Кужелева, В. Мамонтової та О. Шеремети.

**Метою роботи** є дослідження корпоративної соціальної відповідальності в умовах пандемії, виявлення основних напрямків діяльності підприємств у боротьбі з Covid-19 в Україні.

**Постановка завдання.** Для досягнення поставленої мети було визначено наступні наукові завдання: дослідити сутність поняття «КСВ» та її концепції,

проаналізувати досвід допомоги іноземних компаній у боротьбі з вірусом, визначити наслідки пандемії для світової і української економіки, дати рекомендації щодо впровадження заходів за рахунок яких вітчизняні компанії зможуть допомогти населенню в боротьбі з Covid-19.

Для вирішення поставлених завдань було використано наступні методи: аналіз, узагальнення, індукція, аналогія, моделювання, системний підхід.

**Виклад основного матеріалу.** В XXI столітті 80% найбільших світових компаній працюють на засадах корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), з метою досягнення цілей сталого розвитку. Ранні форми корпоративної соціальної відповідальності виникли в 1910 році, але не мали широкого застосування серед підприємств. Основоположником сучасної КСВ прийнято вважати американського економіста Говарда Боуена, який сформулював термін «корпоративна соціальна відповідальність» і окреслив основні принципи та цілі. Вчені досі не змогли прийти до єдиного спільного формулювання цього поняття [4].

У науковій літературі корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) передбачає просування практик відповідального бізнесу, які приносять користь бізнесу та суспільству, сприяють соціальному, економічному і екологічно стійкому розвитку [9, с. 23].

Корпоративну соціальну відповідальність можна розглядати як відповідальне ставлення компанії до власного продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів, активну соціальну позицію компанії, яка проявляється через гармонійне співіснування, взаємодію та постійний діалог із суспільством, участь у вирішенні найгостріших соціальних проблем [9, с. 35].

У цілому, КСВ – це політика підприємства, яке за мету своєї діяльності добровільно обирає не лише отримання прибутку, а й сприяння розвитку і підвищенню рівня життя сучасного суспільства. Виділяють чотири основних підходи до концепції корпоративної соціальної відповідальності: економічний, соціальний, етичний та політичний.

Економічний підхід передбачає, що підприємства будуть виконувати свої основні функції: виробляти товари і послуги, отримувати прибуток й таким чином задовольняти попит населення та створювати достатню кількість робочих місць.

Відомим прибічником такого підходу був Мілтон Фрідман. Він назвав корпоративну соціальну відповідальність «принципово підривною доктриною», адже вважав, що існує єдина соціальна відповідальність бізнесу – займатися діяльністю, спрямованою на збільшення прибутку до моменту, поки він не буде брати участь у відкритій та вільній конкуренції без обману чи шахрайства. Таким чином М. Фрідман стверджував, що підприємства повинні зосереджуватися на тих видах діяльності, які пов'язані з прибутком компанії, фактично виключаючи благодійну діяльність, яка безпосередньо не приносить доходу [13].

Політичний підхід включає внески, допомогу організаціям, спонсування проектів та громадських ініціатив, які здатні покращити життя громади. В сучасному світі великі підприємства добровільно вирішують різні суспільно-політичні проблеми та займаються діяльністю, яка раніше розглядалася як обов'язки уряду. До них можна віднести викорінення бідності, постачання суспільних благ, захист довкілля, зменшення гендерної, расової або етнічної нерівності, боротьба зі спалахами епідемій. Це відбувається через недосконалу систему управління багатьох країн світу.

Оскільки підприємства володіють достатньою кількістю грошових та інших ресурсів, вони можуть сприяти вирішенню проблем, які нездатні вирішити органи державної влади.

В основу соціального підходу покладено вимоги суспільства, які воно висуває до діяльності підприємств. Вимоги можуть змінюватися в залежності від екологічної, політичної та економічної ситуації. Етичний підхід передбачає встановлення гідних умов для праці і розвитку колективу підприємства, раціональне використання природних ресурсів, відповідальність підприємства не тільки перед сучасними, а й майбутніми поколіннями. Цей підхід КСВ базується на міцному зв'язку між правовими та етичними нормами.

Також можна виділити соціальну концепцію Джона Еклінгтона, яка передбачає оцінювання діяльності підприємства на основі результатів роботи за трьома важливими напрямками: соціальною сферою, економічною та екологічною [7].

Компанії самостійно обирають якого підходу притримуватися, але ефективнішою є концепція яка об'єднує три напрямки.

Нині найбільшою світовою проблемою є пандемія Covid-19, на боротьбу з якою направлена діяльність органів державної влади, підприємців, громадян. У квітні 2020 року кількість хворих у світі перевищила 1,5 млн. осіб, в Україні – 2 тис. осіб. Кількість хворих щодня збільшується в геометричній прогресії. Вчені дають невтішні прогнози стосовно стану економіки під час пандемії і після її закінчення. Через карантинні заходи зменшується виробництво в різних країнах світу. Відповідно зменшуються і обсяги постачань та торговельних операцій.

Дослідження американського Інституту міжнародних фінансів (ІІФ) показало, що економічні показники у 2020 році зростуть максимум на 1% і це стане найгіршим результатом після кризи 2007–2008 років. За оцінюванням експертів, Європейський Союз на ліквідацію наслідків епідемії витратить близько 320 млрд. євро [12].

Оскільки темпи світового економічного зростання знизяться, відповідно уповільниться зростання ВВП України. Окрім сповільнення темпів зростання ВВП, Україну очікує падіння темпів промислового виробництва, девальвація гривні через недоотримання валютної виручки експортерами, збільшення державного боргу перед інвесторами, зростання безробіття, скорочення експорту та зниження привабливості боргових цінних паперів уряду. До початку пандемії COVID-19 зростання ВВП України в 2020 році очікувалося на рівні 3,6%, але за прогнозами експертів, відбудеться зростання не більше ніж на 1,7% [12].

У такій ситуації все більше компанії приходять до висновку, що не час відмовлятися від засад корпоративної соціальної відповідальності, а необхідно направити всі ресурси на швидке подолання вірусу. Підприємства, які продовжують піклуватися про громадян, співробітників, зміцнюють свою репутацію, отримують конкурентні переваги і лояльність споживачів.

З початку епідемії найбільші українські підприємства виділили на боротьбу з епідемією близько 780 млн. грн. і ця сума продовжує зростати [10].

Попри те, що бізнес в Україні страждає і доходи зменшилися, підприємці усвідомлюють, що без їх допомоги держава не здатна забезпечити всі лікарні і хворих необхідним обладнанням, засобами захисту та медикаментами. У такий період попит щодня змінюється і виробники повинні швидко реагувати на відповідні зміни.

Розглянемо досвід іноземних компаній, щодо реалізації КСВ у період пандемії. Французька компанія «LVMH», яка виробляє предмети розкоші під торговими марками

«Christian Dior», «Louis Vuitton», «Givenchy» почала випускати дезінфікуючий спиртовий гель. Його будуть передавати владі Франції безкоштовно, щоб усунути дефіцит. «LVMH» буде виконувати це зобов'язання поки це буде необхідно французьким органам охорони здоров'я.

Під час пандемії існує дефіцит медичних засобів, як для працівників медицини, так і для населення. Генеральний директор «Apple» Тім Кук повідомив, що компанія пожертвує мільйон масок медичним працівникам США та Європи. Компанія «Amazon» надала більше мільйона товарів медичним працівникам, включаючи захисні маски, костюми індивідуального захисту та одноразові рукавички. Фонд «UPS» забезпечив безкоштовне авіап перевезення понад чотирьох мільйонів респіраторних масок, сотень тисяч захисних костюмів та інших засобів особистого захисту до Китаю. Компанія «Johnson & Johnson» закупила мільйон масок, а також захисні окуляри, костюми, термометри та респіратори і передала їх до епіцентрів ураження в Китаї.

Станом на березень 2020 року 46 держав закрили навчальні заклади, перемістивши освітній процес на платформи дистанційного навчання. Багато закладів освіти не були готові до таких змін і не мали необхідної технічної бази для повноцінного відтворення навчального процесу. Постачальник програмного забезпечення для відеоконференцій «Zoom» долучився до вирішення цієї проблеми і надає безкоштовно необмежену кількість можливостей для проведення відеоконференцій навчальним закладам Китаю, США, Японії та Італії. Компанія «Scholastic», яка займається освітніми ресурсами, створила сайт «Вчися з дому», що наповнений онлайн-ресурсами для навчання, такими як статті, історії, відеоролики та практичні завдання. Телекомунікаційна компанія «AT&T» долучилася до Коаліції Державної асоціації директорів освітніх технологій (SETDA) з електронного навчання. Коаліція безкоштовно збиратиме та надаватиме ресурси для електронного навчання державним освітнім установам та шкільним округам.

Українським підприємствам було б доцільно перейняти досвід іноземних партнерів і втілити аналогічні заходи для допомоги співвітчизникам. Серед пропозицій, втілення яких допомогло б українцям подолати епідемію, можна виділити розроблення сайту для координації дій і пошуку партнерів для вирішення суспільних проблем, фінансову підтримку волонтерських організацій, швидке переобладнання заводів для виробництва дефіцитних товарів, кооперацію виробників, налагодження процесу безперебійної поставки медичних засобів.

Підприємствам необхідно проаналізувати власні можливості, ресурси, логістику, обладнання та кількість персоналу, яку можна залучити для вирішення суспільної проблеми. Якщо прогнози вчених будуть точними, то потреби, створені Covid-19, з часом зростатимуть, без допомоги бізнесу держава не зможе повноцінно задовольняти попит населення. Спиртові заводи могли б допомогти у вирішенні проблеми дефіциту антисептичних засобів, адже основним компонентом їхнього складу є спирт. Виробники пластикової тари могли б виготовляти флакони для антисептиків.

Спалах Covid-19 суттєво вплинув на ланцюг поставок медичних засобів в Україну, що спричинило нестачу масок, засобів індивідуального захисту для медиків, антисептиків, медикаментів та обладнання. Дефіцит медичного обладнання і товарів під час епідемії може призвести до погіршення ситуації, збільшення кількості інфікованих. Тому потрібна кооперація логістичних компаній, перевізників та виробників для налагодження процесу безперебійної поставки товарів, необхідних для боротьби з епідемією.

Хорошою ініціативою було б створення сайту, де розміщувалася б інформація про проблеми, що вимагають термінового вирішення і де необхідна підтримка підприємств. Така підтримка може передбачати купівлю медичного обладнання, засобів індивідуального захисту для медичних працівників, забезпечення транспортних і логістичних операцій для переміщення товарів або людей, надання у використанні складських або офісних приміщень для зберігання медичних засобів, підтримка в галузі ІТ і т. д.

У нашій країні існує велика кількість волонтерських спільнот, які допомагають людям, що постраждали від Covid-19. Діяльність таких організацій не має комерційних цілей, тому їм необхідні грошові ресурси, які можуть надати підприємства. Для допомоги постраждалим від вірусу не лише в Україні, можна зробити благодійний внесок у фонд «SERF», який був створений на базі ООН під егідою ВООЗ. Кошти будуть витрачені на дослідження вірусу, розроблення вакцини проти Covid-19 та допомогу постраждалим.

Провідні українські компанії активізують свої корпоративні громадянські зусилля, щоб допомогти задовольнити критичні потреби в цей складний час. Уже нині можна навести приклади успішної реалізації принципів КСВ вітчизняними підприємствами.

Фармацевтична компанія «Дарниця» і благодійний фонд «Zagoriy Foundation» передали три апарати штучної вентиляції легень в Київську міську клінічну лікарню. Група компаній «Епіцентр» щомісячно буде виділяти 1% від обороту, що складає близько 40–50 млн. грн. Вже виділено 150 млн. грн. і на них замовлено 150 апаратів штучної вентиляції легень, закуплено інше необхідне медичне обладнання. Виробник соняшникової олії «Кернел» виділив 85 млн. грн. державному фонду для закупівлі експрес-тестів і медичного обладнання для лікарень Полтавської та Кіровоградської областей [10].

Серед компаній, що допомагають у боротьбі з вірусом – «Нова Пошта», «Moneyveo», «ELEKS», «Фармак», «Сільпо», «Епіцентр», «Vodafone Україна» та інші [10].

У складний час епідемії всім сферам, галузям економіки, населенню необхідна підтримка, яку держава не може надати в повному обсязі. Об'єднавши зусилля, фінанси, людські ресурси та ідеї, підприємці можуть допомогти швидше подолати вірус.

**Висновки.** Корпоративна соціальна відповідальність передбачає відповідальне ставлення виробника до якості продукту, врахування інтересів суспільства та відповідальність за вплив діяльності на навколишнє середовище, працівників, партнерів, споживачів. Кожне підприємство самостійно і добровільно обирає якого підходу притримуватися, куди направляти свої ресурси. Період пандемії – це складний час для населення, бізнесу, держави. Оскільки через карантинні заходи зупиняється діяльність багатьох підприємств і промисловий комплекс не може повноцінно функціонувати і розвиватися, це призводить до девальвація національної валюти, збільшення державного боргу, зростання безробіття, скорочення експорту. Якщо державні органи влади не в змозі забезпечити належний соціальний захист населення, то це зобов'язання можуть перейняти на себе соціально відповідальні підприємства. Такі компанії враховують соціальні, економічні та правові потреби громадян. Але для швидкого подолання епідемії Covid-19 в Україні підприємства, громадяни та державні органи мають об'єднати власні можливості та ресурси, перейняти досвід іноземних партнерів у боротьбі з вірусом. Серед заходів, за рахунок яких українські компанії зможуть

допомогти співвітчизникам, можна виділити розроблення сайту для координації дій і пошуку партнерів для вирішення суспільних проблем, фінансову підтримку волонтерських організацій, швидке переобладнання заводів для виробництва дефіцитних товарів, кооперацію виробників, налагодження надійних ланцюгів безперебійної доставки препаратів, обладнання та медичних засобів.

**Conclusions.** Corporate social responsibility predicts the producer responsible attitude to the product quality, taking into account the interests of society and the responsibility for the impact of its activities on the environment, employees, partners, customers. Each company independently and voluntarily chooses which approach to follow, where to send their resources. The pandemic period is a difficult time for the population, business, and state. As due to the quarantine the activities of many enterprises is interrupted and industrial complex is unable to operate and develop completely, it results in the national currency devaluation, the public debt growth, unemployment rise, exports reduction. If the state authorities are not able to ensure the proper social protection of the population, this commitments can be taken by socially responsible enterprise. Such companies take into account social, economic and legal needs of the citizens. But for quick overcoming Covid-19 epidemic in Ukraine, enterprises, citizens and public authorities should unite their own capabilities and resources, learn from the foreign partners experience in the fight against the virus. Among the measures due to which the Ukrainian company will be able to assist their fellow countrymen, we can distinguish the development of coordinate actions site and search of partners for solving social problems, financial support of volunteer organizations, immediate plants reequipment for deficit products manufacturing, manufacturers cooperation, establishment of reliable chains of continuous delivery of drugs, equipment and medical facilities.

#### Список використаної літератури

1. Глобальний договір ООН в Україні. URL:<http://www.globalcompact.org.ua/ua/howtojoin/benefits>.
2. Аделькин Ф. Результаты исследования социальной ответственности украинского бизнеса. Блакить, 2005. С. 345–349.
3. Боднар О. А. Умови і чинники регулювання соціально-економічного розвитку. Економічні науки. 2014. № 11 (41). С. 52–59.
4. Боуен Г. Соціальна відповідальність бізнесмена. Нью-Йорк: Harper & Brothers, 1953. 276 с.
5. Буян О. А. Підходи до оцінки корпоративної соціальної відповідальності підприємств України. Вісник Дніпропетровського університету. 2012. № 6 (2). С. 159–169.
6. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода. Києво-Могилянська Бізнес Студія. 2005. № 10. С. 34–38.
7. Елкінгтон Дж. Канібали з виделками: потрібна нижня лінія бізнесу XXI століття. Capstone Publishing, 2000. 162 с.
8. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. Київ: Стандарт, 2005. 302 с.
9. Полторац А. С. Ефективне управління фінансовими ризиками в системі економічної безпеки України. Агросвіт. 2015. № 1. С. 34–39.
10. Посканна О. Список бізнесменів та компаній, які допомагають справитись з Covid-19. URL: <https://gordonua.com/publications/polnyu-spisok-biznesmenov-i-kompaniy-kotorye-pomogayut-ukraine-spravitsya-s-koronovirusom-obnovlyetsya-1491415.html>.
11. Рамазанов А. Концепція корпоративної соціальної відповідальності. Проблеми теорії та практики управління. 2007. № 3. С. 38–46.
12. Ульянова Н. Вірус рецесії: що буде зі світовою економікою після пандемії. URL: <https://mind.ua/openmind/20209018-virus-recesiyi-shcho-bude-zi-svitovoyu-ekonomikoyu-pislya-pandemiyi>.
13. Фрідман М. Соціальна відповідальність бізнесу полягає у збільшенні прибутку. URL: <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issue/friedman-soc-resp-business.html>.

## References

1. Globalnij dogovir OON v Ukrayini. URL: <http://www.globalcompact.org.ua/ua/howtojoin/benefits>.
2. Adelkin F. Rezultaty issledovaniya socialnoj otvetstvennosti ukrainskogo biznesa. Blakit, 2005. P. 345–349.
3. Bodnar O. A. Umovi i chinniki reguluvannya socialno-ekonomichnogo rozvitku. Ekonomichni nauki. 2014. No. 11 (41). P. 52–59.
4. Bouen G. Socialna vidpovidalnist biznesmena. Nyu-Jork: Harper & Brothers, 1953. 276 p.
5. Buyan O. A. Pidhodi do ocinki korporativnoyi socialnoyi vidpovidalnosti pidpriyemstv Ukrayini. Visnik Dnipropetrovskogo universitetu. 2012. № 6 (2). P. 159–169.
6. Vorobej V. Korporativna socialna vidpovidalnist chi vigoda. Kiyev-Mogilyanska Biznes Studiya. 2005. No. 10. P. 34–38.
7. Elkington Dzh. (2000) Kanibali z videlkami: potrijna nizhnja liniya biznesu XXI stolittya. Capstone Publishing.
8. Kotler F. Korporativna socialna vidpovidalnist. Yak zrobiti yakomoga bilshe dobra dlya vashoyi kompaniyi ta suspilstva. Kiyiv: Standart, 2005. 302 p.
9. Poltorak A. S. Efektivne upravlinnya finansovimi rizikami v sistemi ekonomichnoyi bezpeki Ukrayini. Agrosvit. 2015. No. 1. P. 34–39.
10. Poskanna O. Spisok biznesmeniv ta kompanij, yaki dopomagayut spravitis z Covid-19. URL: <https://gordonua.com/publications/polnyy-spisok-biznesmenov-i-kompaniy-kotorye-pomogayut-ukraine-spravitsya-s-koronovirusom-obnovlyaetsya-1491415.html>.
11. Ramazanov A. Konceptiya korporativnoyi socialnoyi vidpovidalnosti. Problemi teorii ta praktiki upravlinnya. 2007. No. 3. P. 38–46.
12. Ulyanova N. Virus recesiyi: sho bude zi svitovoyu ekonomikoyu pislya pandemiyi. URL: <https://mind.ua/openmind/20209018-virus-recesiyi-shcho-bude-zi-svitovoyu-ekonomikoyu-pislya-pandemiyi>.
13. Fridman M. Socialna vidpovidalnist biznesu polyagaye u zbilshenni pributku. URL: <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/isissue/friedman-soc-resp-business.html>.