

СЕКЦІЯ 7 ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 330.1

Деліні М.М.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри управління,
інформаційно-аналітичної діяльності та євроінтеграції
Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова*

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ

У статті розкрито сутність корпоративної соціальної відповідальності українського бізнесу, проаналізовано напрями та позитивні наслідки від її підвищення. Розглянуто основні проблеми, які нині виникли на ринку праці України. Зазначено позитивний ефект корпоративної соціальної відповідальності в вирішенні кадрового питання будь-якого підприємства.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, корпоративне страхування, term life-страхування, плінність кадрів.

Деліні М.Н. НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ УКРАИНСКОГО БИЗНЕСА

В статье раскрыта сущность корпоративной социальной ответственности украинского бизнеса, проанализированы направления и последствия от ее реализации. Рассмотрены основные проблемы, которые возникли на рынке труда Украины в настоящий момент. Определен положительный эффект корпоративной социальной ответственности в решении кадрового вопроса какого-либо предприятия.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, корпоративное страхование, term life-страхование, текучка кадров.

Dielini M.N. AREAS OF IMPROVEMENT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF UKRAINIAN BUSINESS

The article reveals the essence of corporate social responsibility of Ukrainian business, analyzes trends and consequences of its implementation. Presented main problems, that have been arisen on the Ukrainian labour market last times. Defined positive effect of corporate social responsibility in addressing the staff turnover of any company.

Keywords: corporate social responsibility, corporate insurance, term life-insurance, staff turnover.

Постановка проблеми. У формуванні ефективно діючої системи соціального захисту України велику роль можуть відігравати не тільки органи державної влади, а й приватні підприємства. Таким чином, людина чи група людей може формувати власний механізм соціального захисту себе або своїх підлеглих. Нині у цьому разі значно збільшується соціальна роль підприємства. Це відбувається завдяки багатьом напрямам, які можуть бути використані. Так, застосування накопичувального пенсійного страхування й страхування життя стають ефективним інструментом мотивації персоналу в умовах, коли держава не може гарантувати фінансову підтримку ні працездатним, ні, тим більше, пенсіонерам. Рівень соціальної відповідальності бізнесу у цьому разі значно зростає. Особливо це відчутно в сучасних умовах нашої держави, коли економічні показники знижуються та підприємства повертаються до тіньової зайнятості, а також найбільш кваліфіковані працівники покидають лави нашої країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Предметом свого дослідження корпоративну соціальну відповідальність зробили А.А. Глебова, М.Є. Дейч, В.В. Дмитрієв-Звруденко, О.Ф. Новікова, О.М. Папазова, Т.В. Рябова, Л.І. Шаша та ін. У своїх роботах вони досліджують сутність соціальної відповідальності бізнесу, основні напрями і проблеми, з якими стикається її розвиток в Україні. Узагальнення їхніх

поглядів та вироблення власних пропозицій і стає предметом цього дослідження.

Метою статті є розкриття можливого механізму підвищення соціальної відповідальності бізнесу і вирішення проблеми плінності кадрів підприємств.

Виклад матеріалів основного дослідження. Термін «соціальна відповідальність бізнесу» нині має поширюватися не тільки на декілька розвинутих підприємств, але й на усі підприємства регіонів і мати не номінальний характер, а реальний. Цей термін означає, що підприємство повинно не тільки надавати робоче місце працівнику, але і певний спектр соціальних послуг, який у цілому відповідає гарантованим Конституцією держави правам громадян, зокрема: забезпечувати гідні умови праці як фізичні, так і моральні; дотримуватися усіх вимог з охорони праці, не створювати загрози для життя чи тілесного ушкодження під час роботи працівників; створювати сприятливі умови соціальних відносин на підприємстві та виконувати законодавчо встановлені вимоги по відношенню до працівників: надавати оплачувану відпустку, лікарняний, відпустки по догляду за дитиною та ін., а також застосовувати переваги приватного страхування, яке вже є законодавчо закріпленим в Україні. Це можуть бути: добровільне медичне страхування, корпоративне страхування працівників чи просто страхування життя кожного з працівників.

Взагалі, визначимо, що розуміється під терміном «соціальна відповідальність». Так, в українських

реаліях під ним розуміють розвиток персоналу компанії, дотримання та захист прав людини, благодійна допомога.

У науковій літературі корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) визначається як відповідальне ставлення будь-якої компанії до власного продукту чи послуги, споживачів, робітників, партнерів, активну соціальну позицію компанії, яка полягає в постійному діалозі з колективом, співтовариством тощо [1].

Соціальна відповідальність підприємництва – це деяка домовленість між підприємництвом і суспільством, в якому воно функціонує. Цей тандем реалізується через стратегію, спрямовану на реалізацію своїх інтересів з урахуванням суспільних потреб. Тобто відповідальність виступає як правова, так і як соціально-етична норма [2].

У ринкових умовах боротьба за частку ринку, задоволення своїх потреб особливо підсилюється. У системі приватної власності у суперечність вступає і професійна відповідальність. Виходячи з інтересів хазяїв, працівники повинні спрямувати свій професіоналізм на збільшення їхнього доходу і створення сприятливого середовища для стійкого прибутку. Підприємницька діяльність пов'язана з ризиком. Навіть найбільш ретельні розрахунки й прогнози не здатні передбачити всі нюанси господарської діяльності в умовах ринкової невизначеності. Професіоналізм найманих робітників у підприємницькому середовищі проявляється в застосуванні своїх знань і навичок, спрямованих на формування життєстійкості підприємства, завоювання їм ринку. Але для забезпечення вирішення даного завдання власник зобов'язаний забезпечити працівникам гідне існування. Суперечлива сама позиція, коли з одного боку, захист найманих робітників, а з іншого – стратегія максимального прибутку й винагороди власників. Але оскільки наймані робітники беруть участь лише в нарощуванні максимального прибутку з практично ніколи або меншою мірою в його розподілі, то зрівноважити економічну та соціальну складову всіх витрат у комерційних приватних організаціях дуже складно, практично неможливо.

Складні взаємини складаються і серед роботодавців-підприємців і найманих робітників. Організаційні й економічні інтереси підприємця, що збігаються найчастіше з його основними цілями, нерідко протистоять інтересам найманих робітників, мети яких не збігаються із цілями всього підприємства. Останнім часом протистояння між ними особливо підсилюється у зв'язку з непорозумінням кожного своєї ролі в системі взаємодії. Полярність очевидна в різних цілях, інтересах, виконуваних функціях. У наявності прояв відчуженості праці працівників в умовах панування приватної власності. Ступінь задоволення праці прямо залежить не від результатів, а від власника, роботодавця, його примх, а участь працівника у збільшенні прибутків з малою ймовірністю відіб'ється на оплаті праці. У зв'язку із цим велика диференціація в оплаті праці власника й найманого робітника будь-якого рівня [2].

Як відзначає А. Колот, «соціальна відповідальність – це наслідок соціальної діяльності, яка пов'язана із задоволенням потреб суб'єкта, з його інтересами, пріоритетами, внутрішніми установками». Діяльність впливає на становище інших суб'єктів, на навколишнє середовище, умови життєдіяльності людей [3].

На жаль, КСВ в Україні ще не стала частиною стратегічного менеджменту: лише деякі компанії

мають стратегію соціальної відповідальності, процес формування окремих підрозділів так і не почався, відсутній механізм контролю впровадження заходів з соціальної відповідальності. Більшість підприємств, які мають чітко функціонуючу КСВ, це представники міжнародних компаній, які мають підрозділи в Україні, а також найбільш великі українські підприємства [1].

Для формування діючої системи СВБ на підприємствах України слід зазначити, що основними характеристиками соціальної відповідальності бізнесу є добровільність; інтегрованість у бізнес-стратегію підприємства, системність; користь для всіх зацікавлених сторін: співробітників, споживачів, акціонерів, товариств, тощо, а також для самого підприємства; внесок у процес сталого розвитку. Як уже було зауважено, то СВБ багатьма сприймається лише як акт благодійності, але в дійсності соціальна відповідальність бізнесу містить у собі процедури і практики компаній із семи аспектів діяльності:

- організаційне управління;
- права людини;
- трудові відносини;
- етична операційна діяльність;
- захист навколишнього середовища;
- захист прав споживачів;
- розвиток місцевих громад та співпраця з ними [4].

Однак українські підприємці починають усвідомлювати, що вони не отримують кваліфікованих співробітників, які повністю віддаються роботі, створюючи продукт чи послугу високої якості. Ці підприємства починають діяти різним чином, їх можна поділити на такі групи:

• **відповідальні мимоволі** – це здебільшого великі промислові підприємства, які в результаті приватизації отримали як навантаження до виробничих потужностей ще й турботу про соціальну інфраструктуру. Для них відповідальність трансформувалася, скоріше, в «обязаловку»;

• **відповідальні «дочки»** – це представництва транснаціональних компаній, у корпоративних стратегіях яких для всіх країн прописаний внесок у сталый розвиток. Їхнє гасло: «Думай глобально, а дій локально»;

• **прогресивні українські компанії**, які усвідомлюють бар'єри для довгострокового розвитку на ринку і намагаються трансформувати їх у можливості через механізми КСВ. Компанії цієї категорії зацікавлені в легітимізації свого бізнесу на Заході, де соціальна відповідальність уже давно є правилом, і звичайно вони розробляють і реалізують КСВ-стратегію інституціонально;

• **компанії-опортуністи** – це бізнес-структури, для яких КСВ – це тренд і не більш ніж короткострокова діяльність при наявності бюджету. Для таких компаній КСВ є невід'ємною частиною PR-Стратегії й джерелом підвищення репутаційної вартості;

• **компанії-волонтаристи** – власники або топ-менеджмент таких структур, виходячи з особистих переконань і моральних цінностей, воліють робити внесок у розвиток суспільства. Подібні компанії рідко замислюються про стратегічну цінність внеску і часто видають перевагу яскравим проектам;

• **старанні платники податків** – компанії, які сам факт виконання законодавчих норм (таких, як сплата податків) вважають «соціально відповідальною поведінкою» в умовах України [1].

Однак соціальна відповідальність українських підприємств залишається ще на невисокому рівні. За оцінками фахівців, в кінці 2009 р. більше 60%

вітчизняних бізнесменів не вважали, що їхня відповідальність поширюється далі забезпечення умов праці для своїх співробітників. Також, за даними дослідження, проведеного Partners for Financial Stability (PFS) Program, за підсумками 2013 року на розвиток персоналу підприємства України витрачали до 50% соціального бюджету, з них одна третина йшла на охорону здоров'я і 15% на забезпечення безпечних умов праці. При цьому істотну частку витрат на розвиток персоналу складали витрати на збільшення виплат персоналу у формі різних компенсацій і стимулюючих виплат. На зовнішню соціальну політику в середньому відраховувалося близько 20% коштів, із них: на розвиток місцевого співтовариства – 10%, на підтримку природоохоронної діяльності та ресурсозбереження – 6%, на забезпечення доброчесної ділової практики – 4% [5].

Сучасний стан розвитку СБВ в Україні не є задовільним. В Україні він стикається із рядом проблем і є дещо неоднозначним. Так, М.А. Дейч зазначає, що розвиток КСВ на рівні суспільства йде вельми суперечливо. По-перше, він відбувається нерівномірно. Тоді як нечисленна група великих компаній (особливо тих, які готуються виходити на міжнародні фінансові ринки) виводить зайнятість із «тіні» (тобто створює робочі місця і прямим чином, впливаючи на ринок праці) розгортає соціальні екологічні програми, підвищує прозорість своїх бізнес-операцій, значна частина підприємств продовжує неповною мірою виконувати свої зобов'язання щодо своєчасної виплати заробітної плати, зберігає «тіньову» зайнятість, порушує стандарти безпеки праці [3].

Тіньовий ринок праці є своєрідним джерелом, що постачає тіньовій економіці певні ресурси. У тексті документа «Стратегія партнерства Світового банку з Україною на період 2012–2016 років» зазначається, що згідно із національною статистикою, у 2010 році 4,7 млн осіб у віці від 15 до 70 років працювали у неформальному секторі, що відповідає майже 23% загальної зайнятості.

Основною причиною виникнення тіньового ринку праці є наявність можливостей для певної частини суб'єктів економічної діяльності не дотримуватися існуючого законодавства.

До факторів, які сприяють розвитку даного процесу, необхідно віднести низький рівень заробітної плати перше за все у державному секторі економіки, а також заборгованість із заробітної плати, яка на 1 лютого 2012 року склала 1,038 млрд грн, у тому числі з держбюджету – 2,616 млн грн, а за рахунок місцевих бюджетів – 0,214 млн грн [6].

Тобто «тіньова» зайнятість є чинником прямого впливу на ринок праці в Україні і відображає ступінь соціальної відповідальності компанії, тому що, якщо підприємство забезпечує «тіньову» зайнятість, воно підтримує безробіття при оцінці МОП, а також приховує заробітну плату працівників, не здійснюючи необхідних відрахувань у бюджет держави.

Значущість соціальної відповідальності, яка через слабку розвиненість у системі соціальних відносин не відповідає національним інтересам країни, зростає. Без її формування, становлення та запровадження зростають загрози національної безпеки. Так вважають 87,3% експертів. Але вплив соціальної відповідальності на стан національної безпеки відбувається значною мірою в соціальній, економічній, інноваційній та політичній сферах. Це підтверджують відповіді експертів на запитання «Які загрози національної безпеки пов'язані з нерозвиненістю соціальної відповідальності?» в опитуванні,

яку представлено в монографії «Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки)».

Загрози національної безпеки здебільшого обумовлені нерозвиненістю, деструкцією, несформованістю соціальної відповідальності в системі суспільних відносин в країні. Існуючий стан є показником недосконалості системи суспільних відносин, відчуженості між людиною і суспільством, що в умовах нестабільності підсилює невизначеність наслідків взаємодії, розмиває межі відповідальності, її незатребуваність при гострій потребі суспільної системи в її утвердженні та запровадженні. Нерозвиненість соціальної відповідальності спричиняє впливові загрози національної безпеки в соціальній сфері, передусім низький рівень і якість життя населення, високий рівень бідності, несформованість середнього класу в соціальній структурі суспільства (60,1%). Значною загрозою національної безпеки через нерозвиненість соціальної відповідальності виступає деформація сфери праці, соціально-трудова відносин, що проявляється у зниженні цінності праці, десоціалізації відносин у трудовій сфері, низькій якості трудового життя (58,9%) [7].

Таким чином, можна зробити висновок, що КСВ в Україні починає розвиватися, але дуже повільними темпами. Частіш за все, це компанії з світовим ім'ям чи ті, що воліють завоювати місце на закордонних ринках, де КСВ є необхідною умовою діяльності. Проблемою впровадження КСВ в стратегічний менеджмент інших компаній є: по-перше, недостатня усвідомленість підприємців з цього питання; по-друге, орієнтованість на вирішення короткотермінових завдань та планів, що є наслідком економічної ситуації в країні; по-третє, брак досвіду в цій сфері. Саме популяризація та інформативність з боку держави допоможуть збільшити рівень соціально-відповідальних підприємств.

Велику роль у підвищенні корпоративної соціальної відповідальності українських підприємств може зіграти держава. Так, заходи з боку держави мають сприяти підвищенню соціальної відповідальності підприємств наступним чином. Усі великі та середні за розміром підприємства повинні на початку року складати план соціальних заходів, які відбудуться на підприємстві задля поліпшення соціального стану підприємства та, відповідно, його соціальної відповідальності. Відомо, що чим більша соціальна відповідальність підприємства, тим вища робоча продуктивність та вище бажання працівника працювати та давати високі й більш якісні результати своєї роботи.

Наприкінці звітного періоду керівником складається звіт з виконаної роботи та надається до відповідних органів, а саме Головного управління праці та соціального захисту населення відповідної області.

Більш дієвим було б законодавче затвердження обов'язкової наявності колективного страхування на підприємствах великого та середнього бізнесу. Але не можна забувати, що всі приватні форми страхування є суто добровільними й тому запровадити їх у обов'язковому порядку, неможливо. Тобто з боку держави не може бути вживання примусових методів, тому можна направити до кожного підприємства рекомендаційного листа, щодо необхідності підвищення рівня соціальної відповідальності бізнесу і, як можливий шлях, рекомендувати договір колективного страхування.

Найпоширенішим способом забезпечення працівників підприємства додатковими соціальними гарантіями у країнах Західної Європи, Америки, Японії

та інших є надання співробітникові так званого соціального пакету, однією з головних складових якого і є страхування життя. У принципі, за словами страховиків, медичне страхування також застосовується для підвищення мотивації працівників, однак програми накопичувального страхування життя дозволяють розв'язувати набагато ширше коло питань.

Сьогодні в Україні страховими компаніями пропонуються три основних види корпоративного страхування життя – страхування життя працівника на певний термін (*term life*), пенсійне забезпечення і продукт, який сполучає в собі особливості двох перших видів.

Використання комбінованих продуктів значно підвищує ефективність страхової діяльності.

Term life-страхування – передбачає страхування ризику смерті за будь-якої причини та є найдешевшим продуктом з усіх варіантів страхування життя. У випадку смерті застрахованої особи вигодоотримувачу (бенефіціарію, тобто тому, хто має отримати страхове відшкодування) буде виплачено в декілька разів більше внесених у страхування компанії платежів. Бенефіціарієм за цією програмою можуть виступати два суб'єкти: найближчі родичі особи й/або саме підприємство (оскільки воно може зазнати збитків у зв'язку із втратою працівника). У випадку смерті співробітника (годувальника для своєї родини) його родичі, як правило, одержують суму в розмірі одного-двох річних доходів. У цьому варіанті *term life*-страхування підприємства здебільшого використовують для страхування рядових співробітників.

Популярність програм корпоративного страхування життя співробітників підприємств швидко зростає, тоді як фізичні особи ще не стали основними учасниками ринку страхування життя. Ще кілька років тому такий соціальний захист своїм працівникам пропонували тільки великі західні компанії, які працюють на ринку України. Тепер це – невід'ємна частина діяльності багатьох вітчизняних фірм, включаючи і підприємства середнього бізнесу.

Компанії, які займаються страхуванням життя та довгостроковим пенсійним страхуванням, найчастіше пропонують корпоративним клієнтам довгострокові накопичувальні програми переважно з одноразовими виплатами по дожиттю до кінця дії договору і, значно рідше, прив'язані до досягнення пенсійного віку, з виплатами у формі анuitетів або в змішаній формі.

Страхові компанії мають у своєму арсеналі широкі можливості комбінування страхових продуктів із включенням різних механізмів захисту як застрахованого, так і його родини. Деякі страхові компанії пропонують корпоративним клієнтам комплексні програми з можливістю розробки індивідуальної пропозиції для кожного конкретного підприємства, з урахуванням його потреб і запитів.

Головна перевага корпоративного страхування співробітників – це часткове вирішення проблеми плинності кадрів.

Вагомим чинником утримання цінних кадрів на робочих місцях є саме корпоративне страхування життя. Адаже договір страхування життя переходить у власність співробітника тільки за вислугою років. «Звичайно період страхування, при якому поліс не переходить у власність співробітника, який страхується, становить не менш 5 років. У випадку зміни місця роботи раніше цього строку, викупна сума залишається у володінні підприємства-платника й просто перерозподіляється між іншими членами договору» [8]. Виходячи із цього, багато компаній розглядають

такий продукт як спосіб утримати персонал у компанії, забезпечивши стабільність його структури.

Корпоративне страхування, крім того, дозволяє підприємству відстежувати всі випадки захворювання своїх службовців, що може попередити можливе зловживання становищем, оскільки, якщо підприємство оплачує співробітникові поліс страхування, то при всіх захворюваннях застрахований повинен звертатися в страхову компанію. По суті, добровільне медичне страхування може служити засобом боротьби із прогульниками в компанії.

Головним є те, що на підприємстві формується так званий «соціальний пакет», який характеризується як набір соціальних заходів для поліпшення умов життя, праці, розвитку та мотивації працівника.

Звісно, якщо велике підприємство чи завод вирішує укласти договір корпоративного страхування, то бажаним є страхування тільки управлінського персоналу, який безпосередньо керує та спрямовує роботу підприємства. Але за бажанням керівника компанії застрахованим може бути і весь персонал. Це дасть додаткову можливість для підтримання позитивного соціального клімату на підприємстві.

Кожен працедавець має усвідомити необхідність корпоративного страхування на підприємстві. Цим він закладає міцний фундамент соціального захисту не тільки свого працівника, але і його родини, що послужить достатньо важливим фактором мотивації цього працівника [9].

Повсюдне впровадження корпоративного страхування підвищить загальну соціальну відповідальність українського бізнесу, а також зумовить позитивні наслідки для економіки України в цілому.

Висновки. Таким чином, для підвищення соціальної відповідальності бізнесу пропонується подальше поширення корпоративного страхування працівників підприємств, яке має великі позитивні наслідки як для юридичної особи, так і для найманих працівників цього підприємства. Для працівників корпоративне страхування є важливим мотиваційним важелем, для підприємства – вирішується проблема плинності кваліфікованих кадрів та підвищується його імідж. Державні органи також мають активно долучитися до мотивації юридичних осіб застосовувати корпоративний вид соціального страхування. Створення системи соціального захисту на кожному підприємстві шляхом надання соціального пакету із компонентою корпоративного страхування допоможе зміцнити загальний державний механізм соціального захисту країни.

Але існуючою проблемою ринку праці України наразі є не тільки плинність кадрів та низький рівень соціального захисту, але і розростання тіньового ринку, що пов'язано із сучасною ситуацією в країні. Особливо це актуально для східних регіонів. Саме тому соціальна відповідальність бізнесу є гостро необхідною для нашої держави, що стало предметом даного наукового дослідження та буде більш детально розглянуто у подальших наукових розробках.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Деліні М.М. Проблеми реалізації корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах України. Політика корпоративної соціальної відповідальності в контексті сталого соціально-економічного розвитку: [матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф.] / М.М. Деліні. – Донецьк: ДонДУУ, 2013. – 305 с. – С. 63-64.
2. Проблемы социальной ответственности предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.csrjournal.com/akcent/2969-problemy-socialnoy-otvetstvennosti-predprinimatelstva.html>. – Название с экрана.

3. Дейч М.Є. Становлення та розвиток багаторівневої системи соціальної відповідальності: управлінський аспект: монографія / М.Є. Дейч; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2014. – 352 с.
4. Глебова А.А. Социальная ответственность бизнеса Украины на современном этапе формирования рыночных условий / А.А. Глебова // «Экономика и управление: теория и практика»: материалы международной заочной научно-практической конференции. (20 сентября 2012 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/3898-2012-09-28-06-31-52>. – Название с экрана.
5. Соціальна відповідальність бізнесу як фактор збалансування ринку праці / Рябова Т.В., Шаша Л.І. // Сборник научных трудов «Вестник НТУ «ХПИ»: Технічний прогрес та ефективність виробництва. № 25 – Вестник НТУ «ХПИ», 2015. – С. 51-55.
6. Дмитрієв-Звруденко В.В. Соціальна відповідальність бізнес-структур на ринку праці України / В.В. Дмитрієв-Звруденко // Економіка та держава. – 2012. – № 6. – С. 48-50.
7. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія / О.Ф. Новікова, М.Є. Дейч, О.В. Панькова та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2013. – 296 с.
8. Папазова Е.Н. Негосударственное пенсионное обеспечение: проблемы и пути решения: [справочно-методическое пособие] / Е.Н. Папазова. – Донецк, 2008. – 56 с.
9. Деліні М.М. Роль корпоративного страхування в підвищенні соціальної відповідальності бізнесу / М. Деліні // Схід. – 2009. – № 7 (98). – С. 43-47.