

УДК 005.35

**Прошкин**

**Александр Владимирович**,  
студент Института  
социально-гуманитарных  
технологий ФГАОУ ВО  
«Национальный исследова-  
тельский Томский поли-  
технический университет»,  
Россия, 634050, г. Томск,  
пр. Ленина, 30.  
E-mail: PROHA503@yandr.ru

**Дукарт**

**Сергей Александрович**,  
канд. ист. наук, доцент ка-  
федры экономики Институ-  
та социально-гуманитарных  
технологий ФГАОУ ВО  
«Национальный исследова-  
тельский Томский поли-  
технический университет»,  
Россия, 634050, г. Томск,  
пр. Ленина, 30.  
E-mail: dukart@tpu.ru

## ОЦЕНКА КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА EVALUATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

А.В. Прошкин, С.А. Дукарт  
A.V. Proshkin, S.A. Dukart

Томский политехнический университет, Россия  
Tomsk Polytechnic University, Russia  
E-mail: PROHA503@yandr.ru

*В статье изложены некоторые вопросы, связанные с влиянием социальной ответственности бизнеса на развитие внешней и внутренней среды предприятия. Также были рассмотрены проблемы оценки корпоративной социальной ответственности, виды социальной отчетности и ряд индексов по социальным инвестициям. Актуальность обусловлена связью с исследованием проблемы оценки корпоративной социальной ответственности бизнеса. Цель работы: анализ методологии оценки корпоративной социальной ответственности российских предприятий и выявление наиболее важных ее направлений. Методы исследования: описательный, аналитический, а также структурный, позволившие проанализировать существующие практики по социальной ответственности российских предприятий и выявить параметры оценки модели социальной ответственности. Результаты: на основе анализа*

*методик оценки корпоративной социальной ответственности были выявлены недостатки, а также разработаны пути их устранения.*

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность бизнеса, социальная политика, внешние эффекты, доверие.

*The article outlines some of the issues related to the impact of corporate social responsibility on the development of the external and internal environment of the enterprises. There were also discussed the issues of the assessment of corporate social responsibility, the forms of social reporting and the indexes for social investments. The relevance of the study is determined by the connection with the analysis of the corporate social responsibility assessment. The aim is to analyze the methodology for assessing corporate social responsibility of Russian enterprises and to identify the most important areas of assessment. Methods: descriptive, analytical and structural which allowed us to analyze the existing practices of social responsibility of Russian companies and to identify the parameters of assessment of the model of social responsibility. Results: on the basis of the analysis of the evaluation methods of corporate social responsibility we have identified deficiencies and developed the ways to eliminate them.*

**Key words:** corporate social responsibility, social policy, external effects, trust.

В экономической науке существует мнение, что корпоративная социальная ответственности появилась сравнительно не так давно – в 90-х гг. прошлого века, вместе с развитием глобализации. Однако еще в начале 70-х гг. XX в. на Западе зародилась теория, объясняющая взаимоотношения бизнеса и общества, основной постулат которой в том, что если предприятие не уходит от налогообложения, устанавливает хороший уровень заработной платы (выше среднего по отрасли), а также выполняет требования по безопасности труда и защите экологии, то на таком предприятии будет фор-

мироваться положительная деловая практика, а значит, предприятие социально ответственно.

Родоначальником основных положений этой теории, получившей в дальнейшем название «Теория корпоративного эгоизма», является нобелевский лауреат М. Фридман.

Другой распространенной теорией является «Теория просвещенного эгоизма», согласно которой корпоративная социальная ответственность позиционируется как спонсорство, благотворительная деятельность, разновидность социальных инвестиций.

В результате слияния этих теорий появляется тезис о том, что сокращение прибыли компании за счет социальных инвестиций создает благоприятное социальное окружение, способствующее устойчивому развитию бизнеса.

За последние годы понимание необходимости в корпоративной социальной ответственности, а также теоретическое развитие значительно продвинулись по сравнению со взглядами, описанными выше. В современных условиях общественного развития трактовка концепции социальной ответственности выражает способность и желание бизнеса по собственной воле заниматься развитием благополучия общества, в том числе потребителей этой продукции и сотрудников предприятия.

Современная концепция корпоративной социальной ответственности распространена на Западе и показывает желание предприятий добровольно и самостоятельно участвовать в решениях проблем общества. Примером может служить определение социальной ответственности, сформулированное Европейской комиссией: «корпоративная социальная ответственность, по своей сути, является концепцией, которая отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении общества и защите окружающей среды» [1].

Под социальной ответственностью бизнеса понимается добровольное принятие предприятием части дополнительных социальных обязательств перед работниками предприятия, а также обществом, превышающих законодательно установленные нормы, с целью роста благополучия людей, имеющих как непосредственное, так и косвенное отношение к компании, но не являющихся ее собственниками. Эта трактовка сформирована из представления российских исследователей [2, 3]. Также понятие социальной ответственности рассматривали и иностранные авторы [4, 5].

Очевиден тот факт, что проведение эффективной социальной политики предприятием является необходимым условием не только роста благополучия общества, но и успешности работы предприятия в современной экономике. Эта двойственность проявляется как во внутренней, так и во внешней ответственности.

К внутренним положениям корпоративной социальной ответственности относятся трудовые, а также социально-трудовые отношения. Трудовые отношения основываются на соглашениях между работодателем и работником о выполнении последним трудовых обязанностей за плату (работа по должности в соответствии со штатным расписанием), непосредственном подчинении работника трудовому расписанию.

В свою очередь, социально-трудовые отношения имеют более широкий характер, поскольку эти отношения направлены на повышение качества труда, а также на улучшение социальной жизни работников предприятия.

Опираясь на определения, данные выше, отметим, что внутренняя корпоративная социальная ответственность связана с соблюдением трудовых отношений в соответствии с законодательством, а также с развитием человеческого потенциала путем повышения его квалификации и поддержки в виде медицинского страхования. Немаловажную роль играет поддержание и улучшение отношений рабочего коллектива путем организации различных мероприятий, направленных на сближение, а также разрешение конфликтных ситуаций рабочего коллектива.

Большую роль играет и внешняя корпоративная социальная ответственность, которая напрямую зависит от деятельности организации, примером может стать воздействие на окружающую среду. К внешней ответственности напрямую относится качество продукции, которую производит предприятие, а также ликвидация вреда, нанесенного в процессе производства. К развитой корпоративной социальной ответственностью относят участие предприятия в благотворительной деятельности, различных видах спонсорства, акциях, направленных на защиту окружающей среды, не связанных с производством в организации. Развитие этих направлений будет способствовать формированию благоприятного делового имиджа предприятия в долгосрочном периоде.

В то же время очевидно, что из-за затрат на социальную ответственность происходит нарушение принципа максимизации прибыли. Направление части прибыли на социальные нужды расширяет статьи затрат и уменьшает прибыль.

Изучение понятия «социальная ответственность» предполагает понимание его двойственного характера. Это не только формализованное правило, прописанное в конкретных законодательных актах, но и неформальные нормы социальной ответственности, которые предполагают принятие более широкого пакета социальных обязательств, сверх установленных законодательством, что требует от менеджеров и собственников компании более высокой степени осознания роли и значения компании в обеспечении социальной стабильности и благополучия. Это устройство характерно для европейских предприятий, у России корпоративная социальная ответственность имеет ряд отличительных черт. Среди них можно назвать следующие:

1. Социальная ответственность носит вынужденный характер, это проявляется как ответ бизнеса на требования государства и заключается в выполнении минимальных требований трудового законодательства, таких как выплата заработной платы, предоставление медицинского страхования.

2. В России большое количество вариантов социальной активности. Каждое российское предприятие ищет свой баланс между эффективностью проведения и необходимостью.

3. Существуют значительные расхождения между тем, что бизнес понимает под социальной ответственностью, и тем, что под этим понятием подразумевает общество. Руководство в качестве перспективных направлений развития социальной ответственности видит: повышение квалификации персонала и его переобучение, а также различные премии для сотрудников, предоставление более широкого перечня социальных гарантий (расширенный социальный пакет, расширенный отпуск). В свою очередь, общество под направлениями социальных проектов видит: развитие инфраструктуры, связанной со здравоохранением, образованием, культуры и спорта. Предоставление социальной помощи малообеспеченным слоям общества. В итоге общество хочет видеть бизнес в социальных программах, а бизнес направляет социальные инвестиции на формирование и улучшение внутрикорпоративных отношений. Если и происходят инвестиции на общественные нужды, то это связано с повышением имиджа предприятия.

К основным методикам оценки корпоративной социальной ответственности относятся:

1. Оценка социальной ответственности бизнеса на основе первичных документов, которые можно представить (табл. 1).

По итогам сбора и обработки информации будет проводиться следующий этап, на котором будет проходить анализ затрат к результативности и выгоде.

2. Анализ затрат к результативности наглядно показывает, насколько денежные затраты на проведение различных программ будут соответствовать социальному отклику в виде натуральных показателей.

Таблица 1. Структура оценки социальной ответственности бизнеса

| Направление оценки                                 | Используемые показатели   |
|--|---|
| Институциональное оформление социальной политики   | Наличие специальных документов, в которых закреплена социальная политика компании с подробной детализацией. Наличие специального подразделения, отвечающего за реализацию социальной политики. Наличие коллективного договора   |
| Система учета социальных мероприятий               | Наличие ежегодных финансовых отчетов, которые составлены в соответствии с международными стандартами. Внедрение международных стандартов социальной отчетности. Оценка эффективности осуществляемых социальных инвестиций (обеспечение обратной связи между инвестором и социальными инвестициями). Примеры социальных программ (информирование общественности в целях передачи позитивного опыта, саморекламы и улучшения репутации) |
| Комплексность осуществляемых социальных инвестиций | Развитие персонала предприятия путем повышения квалификации. Охрана здоровья труда. Природоохранная деятельность, а также ресурсосбережение. Поддержание добросовестной деловой практики на основе социальной ответственности   |

На основе этого метода проводятся сравнения разных программ, что в дальнейшем позволяет вложить средства в более эффективную. Этот подход применяется во многих сферах экономики, но результаты от проведения будут сопоставимы только для предприятий одной сферы деятельности.

3. Анализ затрат к выгоде применяют для оценивания эффекта от проекта, когда он может быть выражен в денежной форме. Эта методика получила большое распространение в бизнесе. Трудность при использовании этого метода заключается в том, что не всегда социальный эффект можно оценить в денежном эквиваленте.

Эффективность корпоративной социальной ответственности наглядно демонстрирует и социальная отчетность. К самым распространенным относятся:

1. Стандарт AA1000 (Account Ability 1000) [6, 7], направленный на устойчивое развитие. Стандарты этой серии содержат ряд эффективных инструментов по ведению отчетности и нефинансовому аудиту, достоинством этого стандарта является то, что он применим для разных типов организаций.

2. GRI (Global Reporting Initiative) [7], содержащий подробный подход к формированию отчетности, в которой отражается как экономическая, так и экологическая и социальные составляющие по результативности предприятия. Разделение на три составляющие носит лишь формальный характер, так как для формирования объективной оценки все учитывается во взаимосвязи.

Руководство GRI направлено:

1) на формирование принципов, а также отчетности предприятия в области устойчивого развития;

2) оказание помощи по составлению сбалансированной картины по экономической, экологической, социальной результативности;

3) составление отчетности, которую в дальнейшем можно будет сопоставить с отчетностями предприятий одного региона.

ISO 26000 (Международный стандарт) [8] – руководство по интеграции социальной ответственности и стратегий по ее улучшению в процессы, протекающие внутри предприятия.

Большое развитие получили методики оценки с использованием индексных показателей:

1. Методика оценки индекса информационной открытости социальной политики [9, 10].

Суть метода заключается в том, что на предприятии проводится анкетирование по специально составленной анкете. При этом необходимо учесть качественные и количественные показатели для получения комплексной оценки. К количественным показателям относится прибыль от продаж.

В методе используется система баллов:

1) Если  $k$ -й показатель имеет точное количественное значение, то ему присваивается один балл,  $Z_{ik} = 1$ .

2) Если  $k$ -й показатель имеет интервальную оценку, то 0,7 балла,  $Z_{ik} = 0,7$ .

3) Если  $k$ -й показатель не определен, то  $Z_{ik} = 0$ .

В методике наибольшее внимание уделяется интервальным показателям.

На основе полученных баллов делается вывод об открытости компании, рассчитывается по формуле (1) следующим образом:

$$IT(i) = \sum_{(k=1)}^3 Z_{ik}, \quad (1)$$

где  $Z_{ik}$  – балльный коэффициент  $k$ -го показателя  $i$ -й компании.

Частный индекс информационной открытости  $IT(i)$  может принимать значения от 0 до 3.

На основе индекса информационной открытости  $i$ -й компании  $IT(i)$  все компании распределяются на 3 группы в соответствии со следующим алгоритмом:

1) показатели точно определены  $IT(i)=3$ ;

2) показатели имеют ориентировочный характер  $2,1 \leq IT(i) \leq 3$ ;

3) предприятие не предоставляет информацию  $IT(i) < 2,1$ .

Общий индекс информационной открытости  $IT$  показывает, насколько предприятия готовы сообщать фактические значения показателей социальных инвестиций, и рассчитывается по формуле (2) следующим образом:

$$IT = \left( \frac{1}{3n} \sum_{i=1}^n \sum_{k=1}^3 Z_{ik} \right) 100 \%. \quad (2)$$

Общий индекс информационной открытости  $IT$  [11, 12] может принимать значения от 0 до 100 %. Чем ближе к 100 %, тем выше вероятность.

2. Методика оценки количественного индекса социальных инвестиций.

Используется 4 показателя – два абсолютных и два относительных:

1) абсолютное значение социальных инвестиций  $IA$  представляет собой сумму всех затрат на социальные цели (в рублях);

2) индекс удельных социальных инвестиций  $IL$  – это отношение затрат на социальные цели на 1 работника. Формула расчета (3):

$$IL = \frac{\sum_{i=1}^n C_i}{\sum_{i=1}^n L_i}, \quad (3)$$

где  $C_i$  – объем социальных инвестиций  $i$ -й компании (включая добровольные и обязательные затраты на социальные программы);  $L_i$  – среднесписочная численность работников;  $n$  – число компаний.

У этой методики есть ряд недостатков, которые проявляются при анализе российских предприятий и заключаются в том, что финансовые показатели в российских предприятиях, такие как объем социальных инвестиций и прибыль, в большинстве случаев не могут получить точного количественного значения. Поэтому методики оценки социальных инвестиций опираются на интервальные значения финансовых показателей. Это усложняет процесс обработки данных, связано с переводом интервальных значений в усредненный точечный показатель и неблагоприятно сказывается на точности оценки.

3. Методика оценки качественного индекса социальных инвестиций [13–17].

Отличительной чертой качественного метода от количественного, который создает общую картину масштаба, заключается в том, что качественный метод оценивает степень комплексности и полноты социальной политики. Идея этого индекса состоит в учете фактического наличия или отсутствия на предприятии параметров, подлежащих оценке.

Индекс  $IK(i)$  показывает комплексность социальной политики и рассчитывается по формуле (4) следующим образом:

$$IK(i) = (1/m \sum_{(j=1)}^m X_{ij})100 \%, \quad (4)$$

где  $X_{ij}$  принимает 1, если  $j$ -й признак присутствует у  $i$ -й компании, и значение 0, если этот признак отсутствует;  $m$  – число индикаторов.

Методика будет более эффективна, если применяемые индикаторы будут схожи с индикаторами в отрасли.

Общий качественный индекс социальных инвестиций  $IK$  показывает комплексность социальной деятельности на предприятии. Выражается в процентах и рассчитывается по формуле (5):

$$IK = (\frac{1}{nm} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m X_{ij})100 \%. \quad (5)$$

В итоге все три методики индекса социальных инвестиций могут принимать значения от 0 до 100 %. Чем выше значение индекса, тем целостнее социальная политика предприятия. Сравнение индексов для разных предприятий позволит выделить предприятия с развитой корпоративной социальной ответственностью, а также признаки, на которые следует обратить внимание.

У приведенных методик есть ряд существенных недостатков. Так, получение информации для расчетов количественных индексов не всегда выполнимо, это особенно ярко проявляется в предприятиях с ограниченной ответственностью, в которых часть информации подлежит сокрытию. Индекс  $IL$  будет увеличиваться, если на предприятии начнут увольнять сотрудников при неизменном уровне социальных инвестиций, это не будет отражать увеличение социальной ответственности. По этой причине сравнение предприятий по этим индексам станет невозможным, так как в индексах используются интервальные показатели, которые на предприятиях должны быть схожи. Качественный индекс не отражает масштаба социальной ответственности, так как нет общего индекса, соединяющего в себе количественный и качественный индекс.

Таким образом, для стабильной работы предприятия необходимо применение методик оценки социальных программ, охватывающих как можно больший круг показателей, характеризующих как внутреннюю, так и внешнюю корпоративную социальную ответственность. Корпоративная социальная ответственность должна быть развита как внутри, обеспечивая стабильную работу и рост предприятия через постоянные улучшения квалификации персонала и его социальной жизни, так и внешне – прояв-

ляться через участие предприятия в региональных социальных программах, что позволит сформировать его благоприятный имидж. Для такого предприятия можно применить комплексные методы в виде социальной отчетности, что поможет структурировать социальную модель на предприятии. Если речь идет о малом предприятии, на котором нет корпоративной социальной ответственности, можно провести анализ на основе первичных документов и применить наиболее результативную социальную практику в рамках предприятия.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания / под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. – М.: Ассоциация менеджеров, 2003. – 100 с.
2. Баджиева З.В. Корпоративная социальная ответственность российского бизнеса // Современные корпоративные стратегии и управленческие технологии в России: сборник научных трудов. – М., 2014. – С. 27–32.
3. Валькович О.Н., Сланченко Л.И. Корпоративная социальная ответственность: российский опыт. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2012. – 229 с.
4. Fernandez-Feijoo B., Romero S., Ruiz S. Commitment to corporate social responsibility measured through global reporting initiative reporting: Factors affecting the behavior of companies // Journal of Cleaner Production. – 2014. – Vol. 81. – P. 244–254.
5. Sarvaiya H., Wu M. An integrated approach for corporate social responsibility and corporate sustainability // Asian Social Science. – 2014. – Vol. 10. – Iss. 17. – P. 57–70.
6. АА 1000 // РА «CSR Business Network». 2012. URL: <http://www.csr.kg/resource/standarts/2012/10/21/aa-1000> (дата обращения: 10.06.2015).
7. Стандарт верификации отчетов АА 1000. URL: <http://www.accountability.org.uk/resources> (дата обращения: 01.04.2015).
8. Руководство по отчетности в области устойчивого развития // GRI. – М., 2000–2006. – С. 2.
9. Рыкова И.Н., Голубева Н.А. Исследование эволюции корпоративной социальной отчетности российских предприятий // Международный бухгалтерский учет. – 2010. – № 9. – С. 2–11.
10. Остапенко Г.Ф. Корпоративная социальная ответственность. – Пермь: Пермский национальный исследовательский политехнический университет, 2012. – С. 112.
11. Джурабаева Г.К., Шаланов В.О. Интегральная оценка экономического потенциала организации // Сибирская финансовая школа. – 2010. – № 3. – С. 135–138.
12. Яроцкий И.В. Методический подход к оценке финансового потенциала организации // Вестник ТГЭУ. – 2012. – № 3. – С. 55–63.
13. Регионы России. Социально-экономические показатели // Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. 2008–2012. – URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\\_113823506156](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_113823506156) (дата обращения: 09.06.2015).
14. Анкудинов А.Б., Борисов Д.М. Корпоративная социальная ответственность как фактор долгосрочного роста // Известия Уральского государственного экономического университета. – 2013. – № 1. – С. 109–114.
15. Архипов С.Ю. Проблемы и тенденции практики применения корпоративной социальной ответственности в России // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 4. – С. 366–368.
16. Беляев Ю.К. Социально ответственная деятельность: проблемы управления // Нормирование и оплата труда в промышленности. – 2013. – № 5. – С. 37–41.
17. Выборный А.Б. Корпоративная социальная ответственность и обеспечение устойчивости и конкурентоспособности предпринимательских структур // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2013. – № 15. – С. 79–83.

### REFERENCES

1. *Korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost: obshchestvennyye ozhidaniya* [Corporate social responsibility: public expectations], pod red. S.E. Litovchenko, M.I. Korsakova. Moscow, Assotsiatsiya menedzherov, 2003. 100 p.
2. *Badzheva Z.V. Korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost rossiyskogo biznesa* [Corporate social responsibility of Russian business]. *Sovremennyye korporativnyye strategii i upravlencheskie tekhnologii v Rossii: sbornik nauchnykh trudov* [Modern corporate strategies and management technologies in Russia]. Moscow, 2014, pp. 27–32.

3. Valkovich O.N., Slanchenko L.I. *Korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost: rossiyskiy opyt* [Corporate social responsibility: Russian experience]. Krasnodar, Kubanskiy gosudarstvennyy universitet, 2012. 229 p.
4. Fernandez-Feijoo B., Romero S., Ruiz S. Commitment to corporate social responsibility measured through global reporting initiative reporting: Factors affecting the behavior of companies. *Journal of Cleaner Production*, 2014, vol. 81, pp. 244–254.
5. Sarvaiya H., Wu M. An integrated approach for corporate social responsibility and corporate sustainability. *Asian Social Science*, 2014, vol. 10, iss. 17, pp. 57–70.
6. AA 1000. *PA "CSR Business Network"*, 2012. Available at: <http://www.csr.kg/resource/standarts/2012/10/21/aa-1000> (accessed 10 June 2015).
7. *Standart verifikatsii otchetov AA 1000* [Standard verification reports AA1000]. Available at: <http://www.accountability.org.uk/resources> (accessed 1 April 2015).
8. Rukovodstvo po otchetnosti v oblasti ustoychivogo razvitiya. *GRI*, Moscow, 2000–2006, p. 2.
9. Rykova I.N., Golubeva N.A. Issledovanie evolyutsii korporativnoy sotsialnoy otchetnosti rossiyskikh predpriyatiy [The study of the evolution of corporate social reporting of Russian companies]. *Mezhdunarodnyy bukhgalterskiy uchet*, 2010, no. 9, pp. 2–11.
10. Ostapenko G.F. *Korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost* [Corporate Social Responsibility]. Perm, Permskiy natsionalnyy issledovatel'skiy politekhnicheskiy universitet, 2012. P. 112.
11. Dzhurabaeva G.K., Shalanov V.O. Integralnaya otsenka ekonomicheskogo potentsiala organizatsii [Integral assessment of the economic potential of the organization]. *Sibirskaya finansovaya shkola*, 2010, no. 3, pp. 135–138.
12. Yarotskiy I.V. Metodicheskiy podkhod k otsenke finansovogo potentsiala organizatsii [The methodical approach to the assessment of the financial capacity of the organization]. *Vestnik TGEU*, 2012, no. 3, pp. 55–63.
13. Regiony Rossii. Sotsialno-ekonomicheskie pokazateli [Regions of Russia. Social and economic indicators]. *Ofitsialnyy sayt Federalnoy sluzhby gosudarstvennoy statistiki*, 2008–2012. Available at: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\\_113823506156](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_113823506156) (accessed 9 June 2015).
14. Ankudinov A.B. Korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost kak faktor dolgosrochnogo rosta [Corporate social responsibility as a factor in long-term growth]. *Izvestiya Uralskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*, 2013, no. 1, pp. 109–114.
15. Arkhipov S.Yu. Problemy i tendentsii praktiki primeneniya korporativnoy sotsialnoy otvetstvennosti v Rossii [Problem issues and trends of corporate social responsibility practice in Russia]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo*, 2013, no. 4, pp. 366–368.
16. Belyaev Yu.K. Sotsialno otvetstvennaya deyatelnost: problemy upravleniya [Socially responsible activities: management problems]. *Normirovanie i oplata truda v promyshlennosti*, 2013, no. 5, pp. 37–41.
17. Vybornyy A.B. Korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost i obespechenie ustoychivosti i konkurentosposobnosti predprinimatelskikh struktur [Corporate social responsibility and sustainability and competitiveness of business structures]. *MIR (Modernizatsiya. Innovatsii. Razvitiye)*, 2013, no. 15, pp. 79–83.

Дата поступления 15.09.2015 г.