

## Тесты кафедры анатомии человека МГМСУ им. А.И. Евдокимова

Оценка корпоративной социальной ответственности бизнеса

Прошкин Александр Владимирович

УДК 005.35

Evaluation of corporate social responsibility

Прошкин Александр Владимирович, студент, Института социально-гуманитарных технологий ФГБОУ ВПО "Национальный исследовательский Томский политехнический университет", Россия, 634050, г. Томск, проспект Ленина, дом 30. E-mail: PRONA503@yandrx.ru

Дукарт Сергей Александрович, канд. ист. наук, доцент каф. экономики Института социально- гуманитарных технологий ФГБОУ ВПО "Национальный исследовательский Томский политехнический университет", Россия, 634050, г. Томск, проспект Ленина, дом 30. E-mail: dukart@tpu.ru

Proshkin Alexander, a student of the Institute of Social and Humanitarian Technologies VPO "National Research Tomsk Polytechnic University", Russia, 634050, Tomsk, Prospekt Lenina, 30. E-mail: PRONA503@yandrx.ru

Dukart Sergey, PhD. East. Sciences, Associate Professor, Dept.. Economics Institute of socio humanitarian technologies VPO "National Research Tomsk Polytechnic University", Russia, 634050, Tomsk, Prospekt Lenina, 30. E-mail: dukart@tpu.ru

В статье изложены некоторые вопросы связанные с влиянием социальной ответственности бизнеса на развитие внешней и внутренней среды предприятия. Так же были рассмотрены проблемы связанные с оценкой корпоративной социальной ответственности, рассмотрены виды социальной отчетности и ряда индексов по социальным инвестициям . Актуальность связана с исследованием проблемы оценки корпоративной социальной ответственности бизнеса. Целью работы: Проанализировать методики оценки корпоративной социальной ответственности российских предприятий и выявить наиболее важные направления оценки.

Методы исследования: аналитический, а также структурный метод которые позволили 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 так же разработаны пути по их совершенствованию.

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

The article outlines some of the issues related to the impact of corporate social responsibility for the development of the external and internal environment. There were also discussed issues related to the assessment of corporate social responsibility, are

considered forms of social reporting and ryadya indexes for Social Investments. The urgency of the problems associated with the study assessment of corporate social responsibility. The aim: To analyze methodology for assessing corporate social responsibility of Russian enterprises and to identify the most important areas of assessment. Methods: descriptive, analytical and structural method which allowed to analyze the existing practices of social responsibility of Russian companies and to identify parameters of assessment model of social responsibility. Results: An analysis of the valuation methods of corporate social responsibility have been identified deficiencies, as well as to develop ways to improve them.

Keywords: corporate social responsibility, 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. Основным постулат которой утверждал о 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 формироваться положительная деловая практика, а значит предприятие социально ответственно.

Родоначальником основных положений этой теории, получивший в дальнейшем название "Теория корпоративного эгоизма", представил нобелевский лауреат М. Фридман.

Еще одна распространенная теория получившая название "Теория просвещенного эгоизма". В этой теории корпоративная социальная ответственность позиционируется с позиции спонсорства и благотворительной деятельности, как 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 так же теоретическое развитие значительно продвинулось по сравнению со взглядами описанных 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 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 послужить Европейская Комиссия которая трактует определение социальной ответственности как " Корпоративная социальная ответственность, по своей сути, является концепцией, которая отражает добровольное решение компаний участвовать а улучшение 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 нормативы 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 факт, что проведение эффективной социальной политики предприятием является необходимым условием не только роста благополучия общества, но успешности работы предприятия в современной экономике. Эта двойственность проявляется как во внутренней ответственности так и во внешней ответственности. К внутренним положениям корпоративной социальной ответственности относятся отношения в сфере трудовых, а так же и социально-трудовых отношений. Трудовые отношения основываются на соглашениях между работодателем и работником о выполнении последним трудовых обязанностей за плату (работы по должности в соответствии со штатным расписанием) непосредственное подчинение работника трудовому расписанию.

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

Опираясь на определения данные выше: внутренняя корпоративная социальная ответственность связана с соблюдением трудовых отношений в соответствии с законодательством, а также с развитием человеческого потенциала путем повышения его квалификации 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 которое производит предприятие, а также ликвидация вреда нанесенного в процессе производства. К развитой корпоративной социальной ответственностью относят участие предприятия в благотворительной деятельности, в различных видах спонсорства, акциях направленных на защиту окружающей среды не связанные с производством в организации. Развитие этих направлений будет способствовать формированию благоприятного делового имиджа предприятия в долгосрочном периоде.

В тоже 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. Существует 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, переобучение персонала, 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 в (табл. 1.).

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. Осуществление внедрения международных стандартов социальной отчетности. Оценка эффективности осуществляемых социальных инвестиций, а так же их эффективности (обеспечение обратной связи между инвестором и социальными инвестициями). Примеры социальных программ (информирование общественности в целях передачи позитивного опыта, саморекламы и продвижения репутации).

Комплексность осуществляемых социальных инвестиций.

Развитие персонала предприятия путем повышения квалификации. Охрана здоровья труда. Природоохранная деятельность, а так же ресурсосбережение. Поддержание добросовестной деловой практики на основе социальной ответственности.

По итогам сбора и обработки информации будет проводится следующий этап на котором будет проходить анализ затрат к результативности и выгоде:

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

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, этот метод 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: Стандарт AA1000 (AccountAbility 1000)[6, 7] - эта отчетность направлена 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.

Еще один распространенный вид отчетности GRI (Global Reporting Initiative)[7] эта отчетность содержит 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) Сформировать принципы, а также отчетность 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 предприятиями 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 предприятие 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  $k$ -ый показатель имеет точное количественное значение, то ему присваивается один балл  $Z_{ik} = 1$ .
- 2) Если  $k$ -ый показатель имеет интервальную оценку то  $(0,7)$  балла  $Z_{ik} = 0,7$ .
- 3) А если  $k$ -ый показатель вообще не определен, то  $Z_{ik} = 0$ .

В методике наибольшее внимание уделяется интервальным показателям.

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

(1)

где  $Z_{ik}$  - балльный коэффициент  $k$ -ого показателя  $i$ -ой компании.

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

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

- 1) группа все показатели точно определены  $IT(i) = 3$ ;
- 2) группа показателей имеет ориентировочный характер  $2,1 < IT(i) < 3$ ;
- 3) группа предприятие не предоставляет информацию  $IT(i) < 2,1$ .

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

(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 показателя.

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

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

(3)

где  $C_i$  - объем социальных инвестиций  $i$ -ой 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 заключается в том, что финансовые показатели в российских предприятиях такие как: объем социальных инвестиций и прибыль в большинстве случаев не могут получить точного количественного значения. И по этому методики оценки социальных инвестиций опираются на интервальные значения финансовых показателей. Это утяжеляет процесс обработки данных, это связано с переводом интервальных значений в усредненный точечный показатель, это неблагоприятно сказывается на точности оценки.

3. Методика оценки качественного индекса социальных инвестиций [13-17].  
общественный обязательство коммерция

Отличительной чертой качественного метода от количественного метода который создает общую картину масштаба, 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:

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

где  $X_{ij}$  - принимает 1 если,  $j$ -ый признак присутствует у  $i$ -ой компании.

$X_{ij}$  - значение 0, если этот признак отсутствует;

$m$  - число индикаторов.

Методика будет наиболее эффективна если применяемы 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):

$$IK = \frac{\sum_{i=1}^n IK(i)}{n} \quad (5)$$

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 так же выделить признаки на которые следует обратить внимание.

У приведенных методик есть ряд существенных недостатков. Так получение информации для расчетов количественных индексов не всегда выполним, это в особенности проявляется в предприятиях с ограниченной ответственностью, в которых часть информации подлежит сокрытию. Индекс  $IK$  будет увеличиваться, если на предприятие начнут увольнять сотрудников при неизменном уровне социальных инвестиций, это не будет отражать увеличение социальной ответственности. По этому сравнение предприятий по этим индексам станет невозможным так как в индексах используются интервальные показатели и 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 в внутри обеспечивая стабильную работу и рост предприятия через постоянные улучшения квалификации персонала и его социальной жизни. Так и внешняя проявляющаяся через участие предприятия в региональных социальных программах это позволит сформировать благоприятный имидж предприятия. Для такого предприятия можно применить комплексные методы в виде социальной отчетности, что поможет структурировать социальную модель на предприятие. 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., 2003. С.61.
2. Баджиева З.В. Корпоративная социальная ответственность российского бизнеса / Современные корпоративные стратегии и управленческие технологии в России: сборник научных трудов. - М.: Финансово-промышленный университет при Правительстве РФ, 2014. - С. 27-32.
3. Валькович О.Н., Сланченко Л.И. Корпоративная социальная ответственность: российский опыт: учеб. пособие. - 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. - V. 81. - P. 244-254.
5. Sarvaiya, H., Wu M. An integrated approach for corporate social responsibility and corporate sustainability // Asian Social Science. - 2014. - V. 10, Issue 17. - P. 57-70.
6. AA 1000 // PA "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 AA 1000 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.accountability.org.uk/resources>. 07.11.2008 (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: учеб. пособие - Пермь: Пермский национально исследовательский политехнический университет, 2012. - 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\\_1138\\_23506156](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138_23506156) (дата обращения 9.06.2015).
14. Анкудинов А. Б. Корпоративная социальная ответственность как фактор долгосрочного роста / А. Б. Анкудинов, Д. М. Борисов // Известия Уральского государственного экономического университета. - 2013. - № 1. - С. 109-114.
15. Архипов С. Ю. Проблемы и тенденции практики применения корпоративной

социальной ответственности в России / С. Ю. Архипов // Экономика и предпринимательство. 2013. - № 4. - С. 366-368.

16. Беляев Ю. К. Социально ответственная деятельность: проблемы управления / Ю. К. Беляев // 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 / А. Б. Выборный // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). - 2013. - № 15. - С. 79-83.  
Bibliography:

1. Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost': obshchestvennye ozhidaniya./Pod red. S.E.Litovchenko, M.I.Korsakova. M., 2003. S.61.

2. Badzhieva Z.V. Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost' rossiyskogo biznesa / Sovremennye korporativnye strategii i upravlencheskie tekhnologii v Rossii: sbornik nauchnykh trudov. - M.: Finansovo-promyshlennyy universitet pri Pravitel'stve RF, 2014. - S. 27-32.

3. Val'kovich O.N., Slanchenko L.I. Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost': rossiyskiy opyt: ucheb. posobie. - Krasnodar: Kubanskiy gosudarstvennyy universitet, 2012. - 229 s.

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. - V. 81. - P. 244-254.

5. Sarvaiya, H., Wu M. An integrated approach for corporate social responsibility and corporate sustainability // Asian Social Science. - 2014. - V. 10, Issue 17. - P. 57-70.

6. AA 1000 // PA "CSR Business Network". 2012. - URL: <http://www.csr.kg/resource/standarts/2012/10/21/aa-1000> (data obrashcheniya: 10.06.2015).

7. Standart verifikatsii otchetov AA 1000 [Elektronnyy resurs]. URL: <http://www.accountability.org.uk/resources>. 07.11.2008 (data obrashcheniya: 01.04.2015).

8. Rukovodstvo po otchetnosti v oblasti ustoychivogo razvitiya // GRI. - M.: 2000-2006. - S. 2.

9. Rykova I.N., Golubeva N.A. Issledovanie evolyutsii korporativnoy sotsial'noy otchetnosti rossiyskikh predpriyatiy // Mezhdunarodnyy bukhgalterskiy uchet. - 2010. - № 9. - S. 2-11.

10. Ostapenko. G.F. Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost': ucheb. posobie - Perm': Permskiy natsional'no issledovatel'skiy politekhnicheskii universitet, 2012. - 112.

11. Dzhurabaeva G.K., SHalanov V.O. Integral'naya otsenka ekonomicheskogo potentsiala organizatsii // Sibirskaya finansovaya shkola. - 2010. - № 3. - S. 135-138.

12. YArotskiy I.V. Metodicheskii podkhod k otsenke finansovogo potentsiala organizatsii // Vestnik TGEU. - 2012. - № 3. - S. 55-63.

13. Regiony Rossii. Sotsial'no-ekonomicheskie pokazateli // Ofitsial'nyy sayt Federal'noy sluzhby gosudarstvennoy statistiki. 2008-2012. URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\\_1138\\_23506156](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138_23506156) (data obrashcheniya 9.06.2015).

14. Ankudinov A. B. Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost' kak faktor dolgosrochnogo rosta / A. B. Ankudinov, D. M. Borisov // Izvestiya Ural'skogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta. - 2013. - № 1. - S. 109-114.

15. Arkhipov S. YU. Problemy i tendentsii praktiki primeneniya korporativnoy sotsial'noy otvetstvennosti v Rossii / S. YU. Arkhipov // Ekonomika i predprinimatel'stvo. 2013. - № 4. - S. 366-368.
16. Belyaev YU. K. Sotsial'no otvetstvennaya deyatel'nost': problemy upravleniya / YU. K. Belyaev // Normirovanie i oplata truda v promyshlennosti. - 2013. - № 5. - S. 37-41.
17. Vybornyy A. B. Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost' i obespechenie ustoychivosti i konkurentosposobnosti predprinimatel'skikh struktur / A. B. Vybornyy // MIR (Modernizatsiya. Innovatsii. Razvitie). - 2013. - № 15. -S. 79-83.