

*Цей Саида Асланбиевна, аспирант кафедры бухгалтерского учета ФГОУ ВПО «Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации», Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Пушкина, 257, e-mail: [ntsey1@yandex.ru](mailto:ntsey1@yandex.ru), т. 89636994145; 89184205768.*

**КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ –  
ПУТЬ К УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ**  
(рецензирована)

*В статье рассмотрена необходимость раскрытия в отчетности российских корпораций информации по вопросам социальной ответственности, освещен ряд проблем, затрудняющих реализацию принципов корпоративной социальной ответственности в России, проведен анализ тридцати отдельно изданных нефинансовых отчетов российских публичных компаний.*

*Ключевые слова: корпорация, корпоративная социальная ответственность, государство, общество, бизнес, эффективность, благотворительность, деловая репутация, имидж, корпоративное управление, социальная политика, корпоративный социальный отчет.*

*Tsei Saida Aslanbievna, post-graduate of the Department of Accounting of FSEI HPO 'Financial Academy under the Government of the Russian Federation', Republic of Adygea, Maikop, 257, Pushkin St., e-mail: [ntsey1@yandex.ru](mailto:ntsey1@yandex.ru), tel.: 89636994145, 89184205768.*

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY - THE WAY TO SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

*The article analyzes the need for disclosure in the accounts of Russian corporations of information on issues of social responsibility, highlighting a number of problems hindering the implementation of the principles of corporate social responsibility in Russia. Analysis of thirty separately published non-financial reports of Russian public companies has been made.*

*Keywords: corporation, corporate social responsibility, the state, society, business, performance, charity, goodwill, image, corporate governance, social policy, corporate social report.*

В условиях глобализации и в современной России роль корпораций, государства и гражданского общества подвержены серьезным изменениям. На первое место выдвигается лидирующая роль бизнеса, в частности, там, где государство в одиночку не в состоянии справиться с разрешением масштабных проблем. Бизнес не может и не должен подменять собой государство в регулировании общественных отношений, однако органам власти следует подробно изучать и использовать передовой и новаторский опыт бизнеса в решении многих вопросов, связанных с управлением различными областями деятельности. Во многих странах мира отчетливо проявляется тенденция к усилению сотрудничества государства и бизнеса в решении социально-экономических проблем общества.[1]

С одной стороны, присутствуют государство и общество, заинтересованные в росте социальной и экономической стабильности страны, отдельных регионов России и в увеличении средств и эффективности политики социальных программ. С другой стороны – бизнес, который заинтересован в росте доходов и покупательской активности населения, стабильности государственной политики в отношении коммерческих структур, общественном признании и позиционировании компаний, придерживающихся стандартов корпоративной социальной ответственности (КСО) и осуществляющих социальные инвестиции. В современных условиях все большее количество российских корпораций представляет свою продукцию на западный рынок и, в связи с этим, компаниям необходимо соответствовать международным требованиям и стандартам, в том числе и в области КСО, а также многие бизнесмены понимают, что социальная ответственность не является чистой благотворительностью или PR – кампанией, а служит системой управления рисками, направленной на долгосрочное развитие корпораций и рост их стоимости на мировых рынках.

Когда речь заходит о сотрудничестве корпораций и власти, необходимо понимать, во имя чего осуществляется это взаимодействие: только власть и корпорации, на всех уровнях объединившие свои ресурсы и амбиции, способны вывести Россию на дорогу устойчивого развития, решить задачи

социально-экономической модернизации общества. [4] Следует отметить, что социальная ответственность корпораций на сегодняшний день является одним из главных факторов достижения устойчивого, непротиворечивого, поступательного развития общества. Благосостояние общества определяется состоянием его экономики, а основным экономическим субъектом в рыночной экономике является корпорация.

В последнее десятилетие происходило развитие концепции КСО – как ответ бизнес-сообщества на проблемы устойчивого развития. В связи с огромными возможностями, которые открыл доступ в Интернет, компании осознали, что они уже не могут контролировать информационные потоки, касающиеся их собственной деятельности, а также деятельности их поставщиков. Неправительственные организации, профсоюзы, группы потребителей и местные сообщества могут обмениваться информацией практически мгновенно и организовывать бойкоты и кампании, результаты которых могут стать достоянием общественности, в случае мошеннического, коррумпированного и неэтичного бизнес-поведения. В результате может быть нанесен серьезный урон репутации корпорации. Дальновидные компании признают, что необходимо понимать важность этой проблемы, и, вместо того чтобы оказаться в невыгодном положении, они стремятся максимально использовать возможности, которые предоставляет компании деятельность в этом направлении, т.е. их вклад в решение социально-экономических проблем общества. Как показывает практика, они добиваются этого двумя способами. Сначала определяют ключевые факторы, влияющие на повышение стоимости компании и связанные с корпоративной социальной ответственностью, а затем повышают эффективность деятельности в этой сфере. Одновременно с этим они повышают эффективность взаимодействия с третьими сторонами по данным вопросам, сообщая им о том, какая работа была ими проделана в прошлом и какие действия они намереваются предпринять в будущем. После этого они предлагают независимым сторонам оценить результаты выполнения данных ими обещаний.

События последних лет – отказ потребителей приобретать продукцию социально безответственных компаний, банкротства крупнейших корпораций Enron, World Com – показали, что вопросы социальной ответственности и деловой репутации выдвигаются на передний план в деятельности любой компании и рассматривать их нужно во взаимосвязи и взаимодействии. Социальная ответственность бизнеса или корпоративная социальная ответственность – это обязательство корпораций осуществлять добровольный вклад в развитие общества, включая социальную, экономическую и экологическую сферы, принятое компанией сверх того, что требует закон и экономическая ситуация.[3] Все виды ответственности (экономическая, правовая, экологическая, филантропическая, этическая) определяют облик (имидж) компании при ее рыночном позиционировании. В связи с ростом интереса общества к КСО, компании пытаются создать имидж, репутацию социально ответственной компании. Их социальная ответственность заключается в том, что компании стараются оправдать общественные ожидания в отношении своей продукции или услуг и одновременно формируют высокие общественные стандарты, вносят, таким образом, вклад в повышение качества и уровня жизни в стране.[2]

И чтобы не понималось под КСО, это не благотворительность и не развитие связей с общественностью. Смысл социальной ответственности – в осознанной заинтересованности корпораций, приносящей пользу для общества в целом.[1] Очевидно, что КСО – это не абстрактная социально-экономическая категория, а вполне конкретная реакция бизнес-сообщества на происходящие изменения в трудовых коллективах, окружающем сообществе, национальном и международном развитии.[4]

Между тем, основными принципами КСО являются добровольность, направленность внепроизводственных мероприятий на решение проблем в различных сферах жизнедеятельности общества, сопряженность мероприятий КСО с основной деятельностью компании и больший по сравнению с действующим законодательством спектр социально ответственной деятельности.[3]

Таким образом, КСО – это система добровольных взаимоотношений между работником, работодателем и обществом, направленная на совершенствование социально-трудовых отношений, поддержание социальной стабильности в трудовом коллективе и окружающем сообществе, развитие социальной и природоохранной деятельности на национальном и международном уровнях. Иными словами, КСО означает активное участие корпораций в жизни общества, направленное на улучшение этой жизни и решение общих социально-экономических проблем и в то же время, согласующееся с коммерческими планами компании.[2]

Тем не менее, для России проблемы социальной ответственности компаний, с одной стороны, знакомы и понятны, с другой – абсолютно новы с позиции практической апробации в широких масштабах.

Как показали результаты исследований, в России имеется ряд проблем, затрудняющих реализацию принципов КСО. В частности: негативное влияние периода перехода к рынку, характеризующегося «забвением» социальных программ и стремлением предприятий избавиться от социальной инфраструктуры; непонимание высшим руководством компаний связи КСО и возможностей создания положительного имиджа компании, улучшающего возможности позиционирования на рынке; недооценку как менеджментом, так и заинтересованными лицами экономических выгод реализации КСО на практике; недостаточно высокий уровень деловой культуры бизнес-сообщества и российской общественности, что не позволяет еще адекватно оценивать действия компаний с точки зрения соблюдения этических норм; позиция высшего руководства ряда компаний, которые считают, что соблюдение принципов КСО отвлекает ресурсы от решения более важных задач модернизации отечественной экономики; противоречивое влияние профсоюзов и коллективных договоров, связанным с неготовностью профсоюзов реально оценивать ситуацию и признать «законность» интересов других связанных с компанией лиц (акционеров, покупателей, кредиторов и т.д.); отсутствие целенаправленной государственной политики в сфере КСО, поддержки компаний, строящих свою деятельность на принципе КСО. Однако, несмотря на существующие трудности, результаты проводимых нами исследований показывают, что во многих российских корпорациях положение дел начинает меняться в лучшую сторону, и период пренебрежения социальными интересами уступает место осознанию взаимной зависимости бизнеса и общества, рациональному поиску приемлемого компромисса интересов.

На основе анализа основных особенностей и тенденций развития концепции КСО в России можно выделить несколько основных направлений, позволяющих получить наиболее полное понимание ситуации в рамках данного вопроса: основные подходы к определению и общественные ожидания в области КСО в России; основные тенденции реализации и степень информационной открытости социальной политики российских компаний; сложившаяся система взаимоотношений государства и бизнеса в сфере КСО; выяснить, каким образом реализация КСО влияет на рост деловой репутации.

Как показывает практика, для многих представителей бизнеса становится очевидным понимание того, что устойчивое развитие компаний, сочетающее экономические, социальные и экологические факторы, ведет к снижению предпринимательских рисков, укрепляет конкурентоспособность, повышает эффективность персонала и лояльность потребителей, улучшает репутацию компаний, создает позитивный вклад предпринимательского сообщества в экономическое и социальное развитие территорий своего присутствия. Тем самым создаются благоприятные условия для реализации долгосрочных стратегий развития бизнеса на основе соблюдения баланса интересов заинтересованных сторон. В этом суть социальноответственного ведения бизнеса как основы устойчивого развития компаний. Необходимо также отметить тот факт, что ответственностью нужно управлять, а управлять можно только тем, что измеряется. Достижение устойчивого развития российских публичных компаний подразумевает наличие спланированных действий и оценку их результативности. Одним из инструментов повышения качества корпоративного управления, включая планирование, мониторинг и оценку деятельности компании, является нефинансовый (социальный) отчет. Одновременно он может служить средством повышения прозрачности в деятельности компании, улучшения диалога с социальными партнерами. Нефинансовый (социальный) отчет – это добровольно раскрываемая информация, достоверно и доступно для ключевых заинтересованных сторон отражающая основные аспекты и результаты деятельности компаний, связанные с реализацией стратегии устойчивого развития бизнеса компании.

В связи с этим, особую ценность на современном этапе для многих групп пользователей имеет отчетность по социальной ответственности компаний перед обществом. Раскрытие в отчетности информации по вопросам социальной ответственности и корпоративного управления необходимо для привлечения инвесторов в компании. Данная необходимость обусловлена тем, что анализируя информацию нефинансового характера, можно избежать многих негативных последствий и ответить на очень важные вопросы – в частности, как снизить риск неэффективных финансовых вложений, а, следовательно, ставку привлечения заемных средств компании, чтобы обеспечить приток финансов для реализации запланированных видов деятельности. Таким образом, благодаря нефинансовой информации, акционеры и другие заинтересованные стороны могут получить должное представление о характере бизнеса, текущем положении дел, перспективах развития на будущее.

Между тем, по данным исследования, проведенного агентством Economist Intelligence Unit (аналитическое подразделение британского журнала Economist) по инициативе Объединенной компании РУСАЛ и при поддержке аудиторской компании PricewaterhouseCoopers (PwC) в России и Программы развития ООН (United Nations Development Programme, UNDP), 53% опрошенных россиян считают, что сегодня бизнес не является социально ответственным. К социальной отчетности россияне тоже относятся неоднозначно. Большинство респондентов полагают, что банки и компании пишут подобные отчеты, чтобы создать себе благоприятный имидж перед властными и бизнес-структурами – так считают 37% опрошенных. Еще 30% сказали, что таким образом предприятия рекламируют себя. 18% придерживаются мнения, что цель отчетов – информировать общество о своих социальных программах. И 12% полагают, что отчетность помогает улучшить отношение персонала к своей компании. Меньшинство респондентов оценило публикацию таких отчетов как попытку утаить истинное положение дел – скрыть экономические трудности, с которыми столкнулась компания – это мнение 12% россиян, или отвлечь внимание от неблагоприятных последствий своей деятельности для здоровья людей и экологии – так считают 10% респондентов. Если опираться на данные социологических опросов – получается, что большинство россиян все-таки понимают целесообразность составления и публикации подобных отчетов. Понимает это и бизнес – ему это выгодно чисто с экономической точки зрения.

Однако, к сожалению, на сегодняшний день, большинство российских компаний не раскрывают должным образом данную информацию. В финансовой отчетности, как правило, отсутствует информация по вопросам корпоративного управления. Но, как показали проведенные нами исследования социальных отчетов российских корпораций, в последнее время наблюдается тенденция постепенного улучшения раскрытия информации о практике корпоративного управления и годовые отчеты ряда публичных компаний существенно приблизились к стандарту, рекомендуемому международной «передовой» практикой.

Число российских компаний, внедряющих практику подготовки нефинансовых (социальных) отчетов, ежегодно растет. Причины, побуждающие различные организации, включиться в процесс добровольной социальной отчетности могут быть разными. При этом важно отметить, что в среде российских предпринимателей формируются тенденции, характерные для мирового делового сообщества, которое постепенно приходит к пониманию того, что социальный отчет, включая весь процесс его подготовки и распространения, – важный элемент корпоративной системы управления нефинансовыми рисками, повышения эффективности и укрепления конкурентоспособности.

В настоящее время лидерами нефинансовой отчетности, по результатам наших исследований, являются корпорации наиболее успешно развивающихся отраслей, занимающие верхние строчки рейтингов и вносящие наибольший вклад в благосостояние страны, как своей прямой экономической деятельностью, так и реализацией подходов к корпоративной социальной ответственности. Обусловлено это тем, что затраты на процесс подготовки и реализации по созданию нефинансового отчета, а так же его дальнейшей верификации требует значительных финансовых инвестиций. Вместе с тем повышение значимости использования нефинансовых отчетов в практике бизнеса приведет к увеличению их числа. Согласно данным Российского союза промышленников и предпринимателей (работодателей) (РСПП), по состоянию на 4 мая 2010 г. в Национальный Регистр нефинансовых отчетов были внесены отчеты 78 компаний, зарегистрировано 206 отчетов, которые выпущены в период, начиная с 2000 г. В их числе: экологические отчеты (ЭО) – 33, социальные отчеты (СО) – 116, отчеты в области устойчивого развития (ОУР) – 57. Рассматривая отраслевую принадлежность российских компаний, использующих в своей практике нефинансовую отчетность как важный элемент корпоративной системы управления нефинансовыми рисками и укрепления конкурентоспособности, можно отметить, что лидерами являются компании нефтегазового комплекса, электроэнергетики, а также металлургического и горнодобывающего сектора (см. табл. 1). С содержательной стороны опубликованная нефинансовая отчетность в основном посвящена политике управления персоналом (частота использования информации об этом – 85%), благотворительности и спонсорству (64%), природоохранной деятельности – 21%. А вот системы коммуникации с акционерами, политика управления качеством и соблюдение прав человека анализируют в своей отчетности менее чем треть компаний.

Рассмотрим более подробно распределение отчетов по отраслевой принадлежности компаний по состоянию на 4 мая 2010 г. (согласно данным РСПП), представленное в таблице 1.

Пока в рейтинге стран, пропагандирующих социальную отчетность, Россия занимает предпоследнюю строчку. Но необходимость такой работы понимают все стороны социального партнерства: и власть, и профсоюзы, и бизнес. Специалисты прогнозируют, что в ближайшем будущем число компаний, работающих с социальной отчетностью, будет расти - в первую очередь за счет крупных холдингов.

Таблица 1 - Распределение отчетов по отраслевой принадлежности компаний (на 4 мая 2010 г.)

Отраслевая принадлежность компаний	Число компаний	Количество отчетов			
		ОУР	СО	ЭО	Итого
Нефтегазовая	12	26	6	16	48
Электроэнергетика	20	13	25	5	43
Металлургическая и горнодобывающая	11	9	20	0	29
Химическая, нефтехимическая, парфюмерная	3	1	7	0	8
Деревообрабатывающая, целлюлозно-бумажная	4	0	4	11	15
Производство пищевых продуктов	3	0	11	0	11
Телекоммуникационная	3	2	2	0	4
Финансы и страхование	11	2	26	0	28
Жилищно-коммунальное хозяйство	2	0	5	0	5
Образование, здравоохранение	2	0	4	0	4
Транспорт	3	2	4	1	7
Прочие виды услуг	2	1	1	0	2
Некоммерческие организации	2	1	1	0	2
<b>ВСЕГО</b>	<b>78</b>	<b>57</b>	<b>116</b>	<b>33</b>	<b>206</b>

На основе проведенного нами анализа тридцати отдельно изданных нефинансовых отчетов российских компаний, которые появились в основном за последние три года выявлено, что большинство из них, являются градообразующими предприятиями. Содержащаяся в данных отчетах информация, как показали исследования, свидетельствует о приверженности таких компаний концепции корпоративной ответственности, которая включает заботу не только о своих работниках, но и участие в социально-экономическом развитии территорий своего присутствия. Многие корпорации относятся к такого рода затратам как к социальным инвестициям, направленным на улучшение качества жизни, совершенствование механизмов социально-экономического развития и повышение конкурентоспособности регионов, что создает благоприятные условия и для развития бизнеса самих этих организаций. Сегодня компании-лидеры действительно играют роль основного катализатора инновационных изменений, которые ведут к принципиально новому уровню социально-экономического развития страны. В этом, возможно, состоит основной результат ответственного подхода к ведению бизнеса.

Между тем, корпоративный социальный отчет позволяет публичным компаниям представить в консолидированном виде информацию о реализации своей корпоративной политики, продемонстрировать и закрепить за компанией право на ведение бизнеса. Для того чтобы корпоративная социальная отчетность вошла в деловой оборот, необходимо, чтобы сформировалась критическая масса компаний и организаций, определяющих спрос и предложение на такую отчетность. Раскрытие в отчетности публичных компаний информации по вопросам их социальной ответственности и корпоративного управления важно, в первую очередь, для самих компаний и является залогом доверия инвесторов.

Согласно результатам исследования, 90% российских корпораций (ОАО «Газпром», ОАО «Лукойл», ОАО «Гатнефть», ОАО «Газпром нефть» (ОАО «Сибнефть»), ОАО «СИБУР-Холдинг», ОАО «ГМК «Норильский никель», ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат», ОАО «Архангельский целлюлозно-бумажный комбинат» и др.) уже имеют или в настоящее время разрабатывают политику в области КСО или устойчивого развития. Более того, по мнению многих отечественных компаний, КСО дает им ряд значительных преимуществ, включая повышение

эффективности и производительности труда, и улучшает их инвестиционную привлекательность. По данным проводимого анализа было также установлено, что сегодня понятия КСО и устойчивого развития из абстрактной теории превратились в повседневную практику для российских корпораций. 70% компаний в России – больше чем где-либо в мире (60%) – отметили, что КСО помогает в расширении бизнеса на развивающихся рынках. Более 60% российских респондентов говорят о том, что основным стимулом для устойчивого развития и деятельности в области КСО является улучшение репутации и укрепление бренда компании. КСО также повышает конкурентоспособность компании на международном рынке: 31% опрошенных называют необходимость конкурировать в глобальном масштабе среди факторов, способствующих внедрению политики устойчивого развития. 21% объясняют свои действия в сфере КСО требованием со стороны правительства.

Развитие КСО в России обусловлено конкретным экономическим контекстом – активной и успешной экспансией крупнейших российских компаний за рубеж. По прогнозам, к концу 2010 г. совокупные инвестиции России в экономику зарубежных стран составят \$ 240 млрд., что значительно превышает аналогичные показатели Индии и Бразилии. При этом только на Лондонской фондовой бирже торгуются акции более 50 компаний из России и стран СНГ. Международные партнеры, инвесторы, потребители требуют большей прозрачности в ведении бизнеса, и российские корпорации активно развивают свою деятельность в сфере КСО, перенимая западные бизнес-практики и одновременно внедряя свои уникальные подходы и решения.

В связи с этим, можно сделать следующие выводы и дать рекомендации исследования корпоративной социальной ответственности в России:

- Внешние стимулы являются главной движущей силой развития корпоративной социальной ответственности в России. Внимание к этой сфере деятельности со стороны международных заинтересованных сторон и другие новые требования, с которыми сталкиваются российские компании на международных рынках, являются и будут продолжать оставаться одной из главных движущих сил активного внедрения КСО в деятельность российского бизнеса.

- Российские практики КСО во многих областях соответствуют международным стандартам. Многие российские корпорации рассматривают деятельность в сфере КСО как неотъемлемую часть общей корпоративной стратегии: существует понимание со стороны руководства важности устойчивого развития. Более 60% крупных российских компаний уже имеют формализованную политику или стратегию в сфере КСО и руководствуются ими в своей деятельности.

- На данный момент основные достижения в области КСО отмечены в создании современных и безопасных условий труда. Согласно Российские публичные компании стали особенно активно заниматься социальными вопросами на производстве, такими как улучшение охраны здоровья и промышленной безопасности.

- В качестве приоритета следующего этапа развития российские компании выбрали решение экологических вопросов, улучшение корпоративного управления и повышение эффективности энергопотребления. Российским корпорациям следует также сконцентрировать свои усилия на тех социальных проектах, которые ближе всего к их основной бизнес-деятельности.

- Защита окружающей среды – основной приоритет КСО на ближайшее будущее. В перспективе компании намерены заняться решением вопросов защиты окружающей среды, поскольку российский бизнес вынужден иметь дело с проблемами устаревшей инфраструктуры. Вместе с тем, экологические, социальные и финансовые задачи должны рассматриваться комплексно, так как устойчивое развитие не ограничивается простым набором различных сфер социальной активности.

- В целом, статистика отчетности российских компаний по КСО соответствует общемировому тренду. Согласно данным, полученным в ходе наших исследований, в условиях экономических потрясений в 2009 г. затраты компаний на КСО и нефинансовую отчетность существенно снизились (до 70%). Однако, в целом, нельзя говорить о том, что 2009 г. стал провальным для КСО. Приблизительно две трети опрошенных корпораций как в России, так и на развивающихся рынках и в мире в том или ином виде отчитываются о деятельности в области КСО и устойчивого развития бизнеса. Количество социальных отчетов российских компаний увеличилось с 50 (в 2006 г.) до 116 (в 2010 г.).

- Высокие затраты на КСО являются главным препятствием ее дальнейшего развития как в России, так и в глобальном масштабе. Как показали наши исследования, треть российских компаний выразили обеспокоенность прежде всего высокими затратами на КСО, которые могут

стать препятствием для дальнейшего расширения масштабов этой деятельности. Однако решение социальных и экологических вопросов способствует развитию инноваций, которые в долгосрочной перспективе приведут к сокращению издержек. Инновационные решения открывают новые рыночные возможности и помогают компании избежать рисков. Точное измерение отдачи от КСО остается проблемой, над которой большинство компаний продолжают работать, но положительный эффект – сокращение расходов на энергию, повышение производительности труда и укрепление бренда – уже очевиден.

- Необходимо уделять больше внимания вопросам корпоративной этики и разработке четких этических кодексов. По результатам проводимого анкетирования, в России формализованную политику в данной области разработали 48% опрошенных компаний по сравнению с 70% компаний на других развивающихся рынках.

- Требуется активное вовлечение руководства компаний. Для успеха в этих областях требуется четкое определение ответственных за вопросы устойчивого развития в компаниях.

- Необходим системный подход. Устойчивое развитие не может осуществляться от случая к случаю и оно должно быть комплексным, включать в себя все элементы, присущие КСО, и стать одним из ключевых компонентов стратегии и бизнес-процессов компании. Управление системным подходом к устойчивому развитию – сложная задача, но она является важным элементом успеха компании.

И подводя итог, отметим, что сегодня, для того чтобы стать успешным в бизнесе, позиционировать компанию на рынке, недостаточно быть законопослушным налогоплательщиком, обеспечивать достойную заработную плату сотрудникам и своевременно выплачивать дивиденды акционерам. Общество ждет от корпораций активной позиции и добровольного вклада в решение многочисленных социально-экономических проблем.

#### **Литература:**

- 1.Беляева И.Ю., Эскиндаров М.А. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография. М.: КНОРУС, 2008.

- 2.Беликов И.В. Совет директоров как мировой стандарт корпоративного управления компанией. М.: Эксмо, 2008. С. 624.

- 3.Гончаров С.Ф., Кричевский Н.А. Корпоративная социальная ответственность. М.: «Дашков и К», 2008. С. 216.

4. Чирикова А.Е. Взаимодействие власти и бизнеса в реализации социальной политики: региональная проекция. М.: Независимый институт социальной политики, 2007.