Возрастающая роль корпоративной социальной ответственности (КСО) положительно влияет на деловую активность бизнеса, улучшает имидж компаний, повышает уровень лояльности клиентов и органов государственной власти, способствует решению социальных проблем. Политика корпоративной социальной ответственности становится неотделимым сегментом стратегии устойчивого развития крупных российских компаний. КСО выступает достаточно перспективным инструментом реализации политики в социальной сфере. Поэтому в современных условиях, на фоне ухудшения экологической ситуации, обострения социальных проблем, снижения деловой активности, развитие КС) приобретает особую актуальность. В статье раскрываются возможности КСО в решении социальных, экономических и экологических проблем современной России; рассматриваются проблемы, препятствующие развитию КСО и предлагаются некоторые пути их решения.

Мировое сообщество в последнее время (и особенно сегодня – в условиях распространения новой коронавирусной инфекции) развивается под воздействием резкого обострения проблем социального характера, обусловленного рядом негативных экономических, демографических и экологических факторов. В этой связи возрастает роль социальной ответственности бизнеса, обладающего необходимым объемом финансовых и материальных ресурсов, позволяющим решить значительный спектр социальных проблем [8] *(Kravchenko, 2021)*.

Риски снижения эффективности бизнеса, обусловленные ухудшением экологии вследствие развития промышленных производств, и глобальное нарастание социальных проблем послужили предпосылками роста моральной ответственности бизнеса, выходящей за рамки простого получения прибыли для своих владельцев и акционеров. Поиск бизнес-сообществом направлений рационального и эффективного ведения деятельности в стремительно меняющемся мире, рост дефицита государственных финансовых ресурсов на социальную политику повысили потребность в социальной ответственности бизнеса, что особенно ярко проявляется в современных условиях.

Переосмысление бизнесом существующих взглядов и представлений о социальной ответственности, а также своей значимости и роли в сложившейся ситуации привело к появлению в конце XX века термина «корпоративная социальная ответственность», ставшего важной составляющей понятия об устойчивом развитии как бизнеса, так мирового сообщества в целом, и положили начало современному этапу ее развития.

Первым определением корпоративной социальной ответственности принято считать понятие, введенное в оборот в 1953 году американским ученым Г. Боуеном, который полагал, что реальное восприятие всей глубины социальных целей бизнесом при выборе решений может принести социальные и экономические эффекты обществу, и определял социальную ответственность как «обязанность бизнесменов принимать те решения и следовать тем направлениям деятельности, которые желательны с точки зрения целей и ценностей общества» [14] *(Bowen, 1953)*.

Теоретико-методологические аспекты социальной ответственности бизнеса рассматривались в работах таких зарубежных исследователей, как Т. Левитт [19] *(Levitt, 1958)*, А. Керолл [15] *(Carroll, Shabana, 2010)*, М. Фридман [17] *(Friedman, 1970)* и др., что позволило объединить признаки социальной активности и создать единую систему КСО, способную повысить эффективность стратегических задач бизнеса.

Среди трудов отечественных ученых, занимающихся исследованиями корпоративной социальной ответственности, анализом зарубежного опыта и особенностями реализации принципов КСО в практике российского бизнеса, следует выделить работы Ю.Е. Благова [3–5] *(Blagov et al., 2014; Blagov et al., 2019; Blagov, 2010)*, Н.А. Кричевского, С.Ф. Гончарова [9] *(Krichevskiy, Goncharov, 2008)*, Г.Л. Тульчинского [12] *(Tulchinskiy, 2014)* и др.

Социальная ответственность бизнеса с позиций имиджевой составляющей предприятия и управленческого подхода в целом исследовалась научным коллективом под руководством И.Ю. Беляевой и М.А. Эскиндарова [7].

Интересным представляется исследование Благова Ю.В., А.А. Петрова-Савченко [3] *(Blagov et al., 2014)*, в котором анализируется современное состояние и ключевые тенденции развития корпоративной социальной ответственности отечественного бизнеса, а также особое внимание уделяется трансформации бизнеса в интересах устойчивого развития с соответствующей модификацией модели корпоративной устойчивости, и рассчитан индекс социальных инвестиций российского бизнеса.

Внимания заслуживает работа Бикеевой М.В. [2] *(Bikeeva, 2020)*, где конкретизируется понятие социально-экономической ответственности бизнеса, выделяются четыре степени социализации бизнеса, определены их особенности и показано, что рост социальной ответственности способствует повышению эффективности бизнеса и его дальнейшее благополучие зависит от согласованного взаимодействия заинтересованных сторон.

Вместе с тем в отечественных исследованиях практически нет работ, раскрывающих теоретические аспекты концепции КСО, что не позволяет проводить комплексный анализ передовых практик зарубежного и российского бизнеса, оценивать эффективность внедрения принципов КСО в их стратегии.

Целью статьи является исследование особенностей развития корпоративной социальной ответственности отечественного бизнеса, причин низкой активности внедрения КСО, направлений дальнейшего развития КСО в современных экономических условиях как инструмента реализации политики в социальной сфере.

Научная гипотеза. В последние годы политика корпоративной социальной ответственности стала неотъемлемой частью стратегии устойчивого развития крупных российских компаний. Однако уровень развития КСО в России продолжает оставаться низким и в основном ориентирован на благотворительность и волонтерство. Развитие КСО предполагает открытие новых перспектив и возможностей для общества, в том числе в социальной сфере, за счет чего способствует повышению уровня благосостояния населения в стране.

Методология.Исследование проведено на основе изучения зарубежной и отечественной научной литературы, материалов официальных сайтов Министерства финансов Российской Федерации, Министерства экономического развития РФ, Российского союза промышленников и предпринимателей, данных Федеральной службы государственной статистики.

В последние годы применение КСО получило широкое признание как эффективная практика, которая может привести к улучшению корпоративного имиджа и финансовых показателей. По сути, данная концепция не нова и основана на убеждении, что «у компаний есть определенные обязанности перед обществом, помимо получения прибыли для акционеров» [15] *(Carroll, Shabana, 2010)*.

Быть социально ответственным означает выходить за рамки юридических и экономических обязательств, действуя так, чтобы это приносило пользу обществу [16] *(Farooq, Rupp, Farooq, 2017)*. Л. Холм, Р. Уотс рассматривают КСО как «постоянную приверженность бизнеса этическому поведению и вкладу в экономическое развитие при одновременном повышении качества жизни работников и их семей, а также местного сообщества и общества в целом» [18] *(Holmes, Watts, 2000)*, то есть действия КСО могут рассматриваться как отражение характера компании, ее системы ценностей, уровень заботы об обществе и благополучии граждан.

Предпосылками зарождения КСО послужило существенное ухудшение экологии, обусловленное деятельностью промышленных производств, и глобальное нарастание социальных проблем, что создало угрозу эффективному функционированию бизнеса и росту моральной ответственности, выходящей за рамки простого получения прибыли для своих владельцев и акционеров.

Феномен корпоративной социальной ответственности в результате своего развития трансформировался от одномоментных мер, направляемых отдельными организациями на реализацию социальных программ, до неотделимой части современной социальной политики любой финансово устойчивой крупной компании, что доказано ростом числа программ социальной корпоративной ответственности и объемов их финансирования.

Факторами повышения роли корпоративной социальной ответственности являются в первую очередь поиск бизнесом направлений повышения эффективности в быстро меняющемся мире, а также увеличение запросов на его социальную ответственность, что особенно актуально в настоящее время. Растущий дефицит бюджетных средств во многих странах способствует более активному привлечению бизнеса для решения проблем в социальной сфере. Сегодня политика корпоративной социальной ответственности стала неотъемлемой частью стратегии устойчивого развития многих российских компаний и приобрела особую значимость и приоритетность, так как осуществляет неразрывную связь бизнеса и общества [8] *(Kravchenko, 2021).*

В последнее время отмечается неуклонный рост КСО в деловой среде в различных секторах экономики, что обусловлено такими очевидными эффектами, как повышение положительного имиджа компании, лояльного отношения потребителей и власти, сокращение расходов, стимулирование инноваций и накопление государственных преференций – GR-эффект [11, с. 122] *(Prokopov, Trotskiy, 2019, р. 122)*.

Бизнес-сообщество трансформируется на благо общества, принимая решения, направленные не только на извлечение прибыли, но и на повышение качества деятельности в социальном направлении, что становится одной из составляющих их общей оценки и соответствует 17 целям устойчивого развития (ЦУР), утвержденным в 2015 году Генеральной Ассамблеей ООН, направленным на повышение ответственности в сфере производства и потребления, экологии и решении социальных проблем. Данные цели включают в себя 169 целевых показателей, представляют собой план достижения устойчивого будущего – срочный призыв к действиям, требующий вклада всех секторов общества, и направлены на решение глобальных проблем, с которыми мировое сообщество сталкивается в процессе своего развития, в том числе связанных с нищетой, неравенством и ухудшением состояния окружающей среды.

Пандемия COVID-19 резко затормозила деятельность по достижению многих ЦУР, а в некоторых случаях свела на нет результаты работы за несколько десятилетий. Кризис затронул все слои населения, все сектора экономики и все регионы мира. Неудивительно, что сильнее всего он сказывается на самых бедных и уязвимых группах населения во всем мире. Кризис обнажил вопиющее глубокое неравенство в обществе и еще более усугубил существующие диспропорции как внутри стран, так и между ними.

Прогнозы показывают, что в 2020 году в результате пандемии масштабы бедности в мире впервые с 1998 года вырастут и 71 млн человек снова окажутся в крайней нищете. Многие из этих людей заняты в неформальном секторе экономики, где за первый месяц кризиса доходы упали на 60%. Половина трудящихся в мире – 1,6 млрд человек – обеспечивают себя и свои семьи, выполняя негарантированную и зачастую небезопасную работу в неформальном секторе экономики, и эта категория работников серьезно пострадала.

Экономические последствия кризиса не менее печальны: в настоящее время мир переживает самую тяжелую рецессию на памяти нескольких поколений. С негативным влиянием пандемии на социальную сферу, в первую очередь на здравоохранение, и экономику с трудом справляются даже наиболее передовые и развитые страны, не говоря уже о самых бедных и неблагополучных, которые неизбежно пострадают сильнее всего. В отсутствие поддержки международного сообщества кризис может привести к полной дестабилизации экономики и без того обездоленных стран [20].

Принципы, на которых базируются ЦУР, должны послужить основой и для восстановления после пандемии по принципу «сделать лучше, чем было». Пандемия COVID-19 стала ярким напоминанием о необходимости глобального сотрудничества и солидарности, и конечно же, роль бизнеса в достижении ЦУР столь же важна, как и роль правительств, неправительственных организаций и гражданского общества.

Во всем мире на долю частного сектора приходится подавляющее большинство рабочих мест, потоков капитала и в среднем 60% валового внутреннего продукта (ВВП). Частный сектор должен реагировать и взаимодействовать, увязывая бизнес-стратегии с ЦУР, разрабатывая бизнес-решения и повышая корпоративную устойчивость. Сегодня важно соблюсти баланс между экономическими, социальными и экологическими аспектами развития Целей устойчивого развития.

Пандемия внесла свои корректировки в повестку КСО и устойчивого развития, а также изменила приоритеты в реализации программ. Сложно найти компании, которые остались в стороне, при этом следует отметить, у бизнеса сместился фокус внимания. От глобальных вопросов: неравенства, углеродного следа, системных проектов в области устойчивого развития весь мир перешел к оказанию адресной помощи, от борьбы с причинами – к работе с последствиями. С одной стороны, это можно посчитать шагом назад, с другой – проверка системы на устойчивость покажет, насколько быстро и гибко будет дан ответ новым вызовам времени.

Безусловно, практики КСО стали неотделимой частью стратегии бизнеса, и в этой связи назрела необходимость разработки адекватного инструментария оценки деятельности в этом направлении, комплекса технологий и методики оценки проектов КСО в целях повышения их эффективности, информированности общества и партнеров о проделанной работе.

Активное развитие КСО в России приходится на начало 2000-х годов. В это время создается Социальная хартия российского бизнеса – платформа для формирования корпоративной политики и практики, направленных на решение задач устойчивого развития бизнеса компаний на основе эффективного взаимодействия со стейкхолдерами. Основной целью хартии выдвигается содействие развитию ответственной гражданской позиции бизнес-сообщества в экономической, социальной и экологической сферах. К Социальной хартии российского бизнеса на данный момент присоединились 274 организации с численностью сотрудников более 7 млн человек. Основная доля в общей численности участников хартии приходится на компании производственного сектора – 54,7% и различные объединения – 33,2% [24].

В настоящее время КСО в России находится на начальной стадии развития. Только крупные компании могут создавать и реализовывать собственные программы ответственности перед обществом, а предприятия малого и среднего бизнеса имеют возможность принимать участие в таких проектах только точечно и, как правило, ограничиваются благотворительностью на местном уровне, что в первую очередь обусловлено ограниченными финансовыми ресурсами в условиях нестабильной экономики и слабой информированностью о преимуществах КСО.

В отечественном бизнес-сообществе пока еще не определены общие цели, и компании устанавливают границы социальной деятельности, исходя из своих интересов и возможностей, что, по нашему мнению, препятствует развитию КСО, переходу компаний к современным, более эффективным бизнес-моделям с уже встроенными концепциями КСО и устойчивого развития, основанными на идее сотрудничества и присоединения заинтересованных стейкхолдеров к процессу формирования ценностей.

Бизнес готов к трансформации имеющихся моделей КСО, повышению качества социальных программ, но для этого, по нашему мнению, компаниям необходимо расширить ориентацию на партнеров внутри корпоративного сектора, а также на межсекторную коммуникацию с органами государственной власти на всех уровнях и НКО. Максимальный синергетический эффект возможен при условии интеграции государства и бизнеса, обладающих финансовыми ресурсами с НКО, имеющими опыт в решении социальных проблем.

В России на законодательном уровне еще не закреплены ключевые принципы и нормы КСО, отсутствует комплексный подход к вопросам социальной ответственности бизнеса. Документы, регламентирующие в настоящее время социально ответственное поведение бизнеса, носят добровольный характер и уже несколько лет не актуализировались.

Однако отмечается повышение тренда институциональной поддержки ответственного ведения бизнеса на государственном уровне. Так, в Правительство внесен на рассмотрение законопроект «О публичной нефинансовой отчетности», согласно которому публичная нефинансовая отчетность представляет собой совокупность сведений и показателей, отражающих цели, подходы и результаты деятельности организаций по всем существенным вопросам социальной ответственности и устойчивого развития, включая минимальный перечень обязательно раскрываемых показателей. Определен круг организаций, которым вменена обязанность по предоставлению нефинансовой отчетности, остальные организации могут предоставлять данную отчетность в добровольном порядке [22].

Обратим внимание, во многих развитых странах практика КСО регламентируется законодательно, программы корпоративной социальной ответственности являются важной частью стратегий развития брендов и имеют значительную поддержку со стороны профсоюзов и некоммерческих организаций. Мотивируются программы КСО различными способами: от публичных обсуждений до непосредственного регулирования отдельных сторон КСО на государственных уровнях. Основным стимулирующим воздействием со стороны государства является налоговый механизм.

Пандемия COVID-19 привела к серьезным социально-экономическим потрясениям. Сложившаяся ситуация доказала хрупкость и уязвимость современного мира перед лицом неожиданной глобальной угрозы. Предприятия во всем мире предприняли различные усилия по поддержке борьбы с пандемией в соответствии с концепцией корпоративной социальной ответственности (КСО).

Исследование, проведенное агентствами Young Group Social и Fields4e PR, в котором приняли участие респонденты, представляющие крупный бизнес, показало:

– 50% компаний, участвовавших в исследовании, направили финансовые ресурсы на борьбу с пандемией и ликвидацию ее последствий;

– 32,5% компаний выделили собственные товары и услуги;

– 27,5% компаний внедрили новые продукты и услуги, направленные на ликвидацию последствий пандемии.

Следует отметить, что 59% компаний, участвующих в улучшении эпидемиологической обстановки, сочетают несколько направлений предоставления помощи, а 70% респондентов предполагают расширить или уже расширили направление поддержки здоровья сотрудников внутри компании. Сотрудники 40% компаний участвовали в оказании добровольной помощи людям: доставка продуктов питания, помощь медицинским работникам, изготовление защитных масок, онлайн-помощь по обращениям граждан, волонтерство [21].

Оценка масштабов деятельности крупных предприятий в области КСО до и во время пандемии показала расширение количества и объемов реализуемых социально направленных программ, что свидетельствует о росте вовлеченности предприятий в деятельность, связанную с КСО [13, с. 174] *(Chekmeneva, Mikhaylova, Fitsurina, Bzhennikova, Lisitskaya, 2021, р. 174)*.

При участии бизнеса разворачивались стационарные лаборатории по выявлению коронавирусной инфекции, строились больницы, оказывалась помощь социально уязвимым категориям населения. Отмечается роль бизнеса в поддержке волонтерского движения, малого и среднего предпринимательства, в особенности социальной направленности. В целях сохранения занятости и минимизации риска заражения сотрудников многие компании перевели сотрудников на удаленный формат работы, принимались все меры по недопущению сокращений сотрудников и сохранению заработной платы [1] *(Andreeva, 2020)*.

Компаниям пришлось выработать новые подходы к организации работы и стимулированию работников в дистанционном режиме, перенаправить программы КСО в диджитал, трансформировать существующие форматы взаимодействия с волонтерами и местными сообществами в более продуктивные, что позволило оказывать своевременную помощь в регионах присутствия. В основном поддержка осуществлялась за счет предоставления финансовых ресурсов.

Одним из лидеров по вкладу в борьбу с коронавирусом среди крупных промышленных компаний является «Норникель». Компанией на борьбу с пандемией направлено более 20 млрд руб., в том числе: субъекты малого и среднего предпринимательства в Мурманской области и Красноярском крае получили средства индивидуальной защиты, антисептики, бактерицидные лампы, предоставлены кредитные и арендные каникулы и субсидии на доставку грузов. Осуществлялась поддержка малоимущих слоев населения (так, дети из малообеспеченных семей для дистанционного обучения получили ноутбуки, выдано более 2,5 тыс. продуктовых наборов). Медицинским учреждениям выделены средства на приобретение медикаментов, расходных материалов, медицинского оборудования. Президентом «Норникеля» В. Потаниным из личных средств в благотворительный фонд для оказания через грантовые конкурсы адресной поддержки некоммерческим организациям направлен 1 млрд руб. [25].

Предприятия на региональном уровне также активно подключились к оказанию социальной помощи. Так, Архангельский ЦБК и группа компаний «Титан» выделили средства в объеме 20 млн руб. на приобретение медицинского оборудования и профилактических средств, основатель Национальной ассоциации лесопромышленников «Русский лес» Т. Кургин на данные цели направил 10 млн руб.

Следует обратить внимание, что оказание помощи в рамках реализации программ КСО осуществляли не только крупные компании, но предприятия малого и среднего бизнеса. Несмотря на то, что пандемия в большей степени затронула данный сектор экономики, порядка 9% малых и средних предприятий оказали благотворительную помощь в виде пожертвований денежных средств для борьбы с последствиями, вызванными COVID-19, что позволяет сделать вывод о повышении социальной ответственности и активности бизнеса [23].

Последствия пандемии COVID-19, негативно влияющие на социально-экономическую ситуацию, нельзя преодолеть за короткий временной период, и испытаниям будут подвержены все институты. В этот период времени важно опереться не только на моментные решения по обеспечению текущей социально-экономической стабильности, но и настроить реализацию долгосрочной политики активной реставрации экономики с учетом новых вызовов [23].

По данным Росстата, по итогам 2020 года реальные располагаемые доходы населения снизились на 3% в сравнении с 2019 годом, и данное значение не превысило официальные прогнозы правительства [26]. Соответственно, увеличилась численность населения, нуждающегося в социальной поддержке, и компании, реально реализующие программы КСО, в этой ситуации смогут снизить негативные эффекты пандемии и ее последствий.

Пандемия внесла свои корректировки в повестку корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития, а также изменила приоритеты в реализации программ. Крупные компании пытаются сохранить свои программы КСО во время экономического кризиса, вызванного эпидемией COVID-19, однако понимают, что необходимо искать новые инструменты и механизмы, а также менять приоритеты. Актуальным представляется вопрос не о том, стоит ли инвестировать в КСО или нет, а о том, как инвестировать в КСО для достижения взаимовыгодных и взаимозависимых социальных, экологических и экономических целей [6, 10] *(Kalendzhyan, Kadol, 2021; Plis, Yaroslavtseva, 2020)*.

Несомненно, пандемия COVID-19 повлияет на ускорение процесса развития КСО в условиях ликвидации ее последствий в долгосрочной перспективе, так как приходит осознание бизнесом, что его развитие напрямую зависит от достижения тонкого баланса между прибыльностью и согласием с различными заинтересованными сторонами, повышения социальной ответственности [8] *(Kravchenko, 2021)*.

В ближайшей перспективе компаниями выдвигается в первую очередь усиление мер по поддержке здоровья сотрудников, развитие корпоративного волонтерства и улучшение эмоционального состояния сотрудников. Также, по мнению экспертов, трендами предстоящих лет будет являться поддержка малого бизнеса, формирование адаптивных моделей сотрудничества, преодоление разного вида неравенства и цифровизация сферы [21].

Таким образом, КСО для бизнеса является инструментом влияния на социальные, экономические и экологические аспекты. Способность сбалансированно сочетать ожидания заинтересованных сторон и ресурсы компании становится основной ценностью КСО. Вместе с тем, по нашему мнению, следует активизировать деятельность государства в этой области, что позволит более эффективно объединить и направить экономический потенциал отечественного бизнеса на решение проблем в социальной сфере, сфере экологии и национальной экономики в целом. В первую очередь необходимо:

– разработать на государственном уровне конкретные комплексные нормативно-правовые акты, которые будут регламентировать не только отдельные направления КСО;

– необходимо создать систему экономических стимулов для мотивации добровольного вклада бизнеса в решение проблем в социальной и экологической сфере, в этой связи представляется целесообразным использовать лучшие практики зарубежных стран;

– на всех уровнях исполнительной власти создать специальные органы для продвижения идеологии устойчивого развития и КСО;

– государству, путем предоставления различных преференций, привлекать малый и средний бизнес к участию в процессах КСО;

**–**следует разработать четкую и полную систему критериев эффективности и механизмы оценки результатов в сфере корпоративной социальной ответственности, в том числе для оценки эффективности проводимой государством политики в области КСО.

***Заключение.*** Сегодня необходимость решения возросшего спектра проблем экономического, социального и экологического плана побуждает компании внедрять корпоративные социальные программы в бизнес-стратегии как безусловные элементы эффективного управления. Развитие программ корпоративной социальной ответственности в перспективе окажет положительное влияние на решение таких общегосударственных проблем, как снижение уровня бедности и безработицы, повышение качества здравоохранения, улучшение экологии, социализации граждан с ограниченными возможностями и др. Решение проблем развития социальной сферы может иметь альтернативные пути, и КСО – один из них.

Для решения серьезных социальных проблем также важно, чтобы большая часть общества была в этом заинтересована и посильно вовлечена в процесс, для этого необходимо усиливать информированность общества об успехах бизнеса в данном направлении, что, бесспорно, окажет положительное влияние на положение как отдельных субъектов, так и всего бизнес-сообщества в целом и значительно поспособствует повышению репутации компаний, росту доверия общества и активизации развития социального диалога.

Источники:

1. Андреева О.В. [Поддержка социальных предпринимателей в период эпидемии COVID-19 в России и за рубежом](http://elibrary.ru/item.asp?id=43033241) // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. – 2020. – № 2. – c. 297-301.
2. Бикеева М.В. [Социальная ответственность бизнеса. Поиск методов оценки](http://dx.doi.org/10.21686/2500-3925-2020-4-33-43) // Статистика и Экономика. – 2020. – № 4. – c. 33-43. – doi: 10.21686/2500-3925-2020-4-33-43.
3. Благов Ю.Е. и др. Доклад о социальных инвестициях в России – 2014: к созданию ценности для бизнеса и общества. / под общей ред. Ю.Е. Благова, И.С. Соболева. - СПб.: Авторская творческая мастерская (АТМ Книга), 2014. – 144 c.
4. Благов Ю. Е. и др. Доклад о социальных инвестициях в России &ndash; 2019: к трансформации бизнеса в интересах устойчивого развития. / под общей ред. Ю.Е. Благова. - М.: Ассоциация Менеджеров, 2019. – 64 c.
5. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции. / Высшая школа менеджмента СПбГУ. - СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. – 272 c.
6. Календжян С.О., Кадол Н.Ф. [Развитие социального предпринимательства и социальных инициатив в условиях пандемии COVID-19](http://elibrary.ru/item.asp?id=45600402) // Креативная экономика. – 2021. – № 3. – c. 929-942.
7. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект. / монография / под общ. ред. д.э.н., проф. И.Ю. Беляевой, д.э.н., проф. М.А. Эскиндарова. - М.: КНОРУС, 2008. – 504 c.
8. Кравченко Е.В. Корпоративная социальная ответственность в условиях пандемии // Проблемы обеспечения стабильности и прозрачности государственных и муниципальных финансов в новых экономических условиях: Материалы международной научно-практической онлайн-конференции, Ростов-на-Дону, 25 марта 2021 года. – Москва: Издательство "Знание-М". 2021. – c. 301-306.
9. Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2008.
10. Плис К.С., Ярославцева Н.Л. Особенности корпоративной социальной ответственности во время чрезвычайных ситуаций. Влияние COVID-19 на корпоративную социальную ответственность организаций // Неделя науки Санкт-Петербургского государственного морского технического университета. – 2020. – № 2. – c. 37.
11. Прокопов Ф.Т., Троцкий Н.А. Роль некоммерческого сектора в становлении корпоративной социальной ответственности как эффективного инструмента взаимодействия бизнеса и власти // Бизнес. Общество. Власть. – 2019. – № 2 (32). – c. 122-137.
12. Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности. - М.: Юрайт, 2014.
13. Чекменева Е.В., Михайлова В.М., Фицурина М.С., Бженникова Д.Г., Лисицкая М.Д. Повышение уровня корпоративной ответственности в условиях пандемии // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – № 1. – c. 159-178.
14. Bowen H.R. Social Responsibilities of the Businessman. - N. Y.: Harper & Row, 1953. – 6 p.
15. Carroll A. B., Shabana K. M. Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of oncepts, Research and Practice // International Journal of Management Reviews. – 2010. – № 12. – p. 85-105.
16. Farooq O., Rupp B. E., Farooq M. The multiple pathways through which internal and external corporate social responsibility influence organizational identification and multifoci outcomes: The moderating role of cultural and social orientations // Academy of Management Journal. – 2017. – № 60(3). – p. 954-985.
17. Friedman M. The social responsibility of business is to increase its profits // New York Times Magazine. – 1970. – № 13. – p. 32–33.
18. Holmes L, Watts R. Corporate Social Responsibility: Making Good Business sense. - World business council for sustainable development: Washington, DC, 2000.
19. Levitt Th. The dangers of social responsibility // Harvard Business Review. – 1958. – № 36 (5). – p. 41–50.
20. Доклад о целях в области устойчивого развития. Официальный сайт ООН. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/progress-report/> (дата обращения: 07.06.2021).
21. Исследования и опросы. Топ-5 трендов КСО после пандемии. Бизнес и сообщество. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.b-soc.ru/io/top-5-trendov-kso-posle-pandemii/>(дата обращения: 25.05.2021).
22. Проект Федерального закона «О публичной нефинансовой отчетности». Российский союз промышленников и предпринимателей. [Электронный ресурс]. URL: [https://рссп.рф](https://xn--o1abda.xn--p1ai/) (дата обращения: 07.06.2021).
23. Региональные инициативы обеспечения социально-экономической стабильности в условиях пандемии COVID-19: меры поддержки бизнеса и обеспечения занятости населения. [Электронный ресурс]. URL: <https://region.hse.ru/anti-crisis> (дата обращения: 03.06.2021).
24. Реестр организаций-участников Социальной хартии. [Электронный ресурс]. URL: [Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП)](https://1economic.ru/lib/%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9%20%D1%81%D0%BE%D1%8E%D0%B7%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BC%D1%8B%D1%88%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2%20%D0%B8%20%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B9%20%28%D0%A0%D0%A1%D0%9F%D0%9F%29) (дата обращения: 02.06.2021).
25. Российский бизнес поддерживает общество в условиях борьбы с COVID-19. Российский союз промышленников и предпринимателей. [Электронный ресурс]. URL: [https://рспп.рф/antikrizis-2020/](https://xn--o1aabe.xn--p1ai/antikrizis-2020/) (дата обращения: 25.05.2021).
26. Росстат: Раздел «Уровень жизни». Официальный сайт. [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/13397>(дата обращения: 28.05.2021).