

Интернет-журнал «Наукоедение» ISSN 2223-5167 <http://naukovedenie.ru/>

Том 8, №6 (2016) <http://naukovedenie.ru/vol8-6.php>

URL статьи: <http://naukovedenie.ru/PDF/121EVN616.pdf>

Статья опубликована 31.01.2017

Ссылка для цитирования этой статьи:

Зильберштейн О.Б., Шкляр Т.Л., Ершова Н.А., Руцкий Е.И. Формы корпоративной социальной ответственности // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №6 (2016)

<http://naukovedenie.ru/PDF/121EVN616.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 65.011.14

Зильберштейн Олег Борухович

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия», Россия, Москва¹

Кандидат экономических наук, доцент

E-mail: obz81@yandex.ru

Шкляр Татьяна Львовна

ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Россия, Москва²

Кандидат экономических наук, доцент

E-mail: tlb@mail.ru

Ершова Наталья Анатольевна

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия», Россия, Москва

Заведующая кафедрой «Экономики»

Кандидат экономических наук, доцент

E-mail: nataly_ershova@mail.ru

Руцкий Евгений Игоревич

ООО «Радуга Синтез», Россия, Москва³

Старший менеджер

E-mail: ru.eu@yandex.ru

Формы корпоративной социальной ответственности

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы обеспечения взаимовыгодного и эффективного сочетания интересов государства, бизнеса и общества. Дано авторское определение корпоративной социальной ответственности. Определено понятие «форма корпоративной социальной ответственности». В статье делается вывод о том, что в основе методов и моделей управления корпоративной социальной ответственностью лежат конкретные формы ее реализации. На основе обобщения ряда работ выделены следующие формы корпоративной социальной ответственности: внутренние формы; внешние формы и комбинированные формы. Кроме того, формы корпоративной социальной ответственности могут быть классифицированы следующим образом: реализация собственных социальных мероприятий и программ; реализация социальных мероприятий и программ в партнерстве с местными, региональными и федеральными органами государственного управления; реализация социальных мероприятий и программ в партнерстве с некоммерческими

¹ 117418, г. Москва, ул. Новочеремушкинская, д. 69

² 119501, Россия, Москва, Стремянный пер., 36

³ 109377, Москва, Рязанский проспект, 32, к. 3

организациями; реализация социальных мероприятий и программ сотрудничестве с общественными организациями и профессиональными объединениями; информационное сотрудничество со средствами массовой информации. Еще один вариант классификации форм корпоративной социальной ответственности строится на основе субъект-объектных отношений: формы, направленные на потребителя; формы, направленные на работников данного предприятия; формы, направленные на работников другого предприятия; формы, направленные на граждан не занятых трудовой деятельностью по не зависящим от них причинам и не потребляющим продукцию предприятия, формы, направленные на туеядцев. В статье, также, рассмотрены и другие подходы к классификации форм корпоративной социальной ответственности.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность; социальная ответственность бизнеса; общество; бизнес; государство; формы корпоративной социальной ответственности; уровни корпоративной социальной ответственности; модели предприятия

Особенностями развития современной России в последние два десятка лет явились, с одной стороны, общий экономический рост, стабилизация финансовой системы страны, ускоренная интеграция в мировую экономическую систему, но, с другой стороны, воздействие качественных изменений мировой экономики в последние годы, которое практически нивелировало весь накопленный потенциал. Кроме того, сложившиеся тенденции в развитии отношений между государственными органами, бизнесом и общественными институтами наполнены противоречиями, что не позволяет в настоящее время сформировать и реализовать долгосрочные стратегии развития. Это определяет необходимость разработки общих условий и конкретных методов, обеспечивающих взаимовыгодное и эффективное сочетание интересов государства, бизнеса и общества.

Данная тройственная система - общество, бизнес, государство, порождает множество связей и отношений, которые постоянно изменяются, развиваются и деградируют, что требует постоянного пристального внимания и подробного изучения со стороны исследователей из различных сфер науки и практики. Частью этой тройственной системы выступают отношения между бизнесом и обществом в целом, а также его отдельных институтов и частных лиц. С точки зрения бизнеса эти отношения принимают форму так называемой «корпоративной социальной ответственности» (КСО), которая фактически является частью стратегического управления. Цей С.А. следующим образом характеризует корпоративную социальную ответственность: «корпоративная социальная ответственность может быть определена как рациональный отклик компании на систему противоречивых ожиданий заинтересованных сторон, направленный на устойчивое развитие компании»⁴. Однако, в отечественной практике зачастую корпоративная социальная ответственность носит формальный характер и не обеспечивает полноценных связей интересов и ожиданий бизнеса и общества во всей полноте их проявлений.

В целом, и практика развитых стран это подтверждает, содержание базовых интересов бизнеса и общества схожи. Особенно схожесть интересов бизнеса и общества видна в области поддержания устойчивого долгосрочного развития. Обе стороны (общество и бизнес), а также, и государственные органы, заинтересованы в поддержании не просто социальной и экономической стабильности, но и в развитии и росте уровня и качества жизни. Уровень и

⁴ Цей Саида Асланбиевна. Социальные инвестиции как форма проявления корпоративной ответственности бизнеса // Новые технологии. 2010. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-investitsii-kak-forma-proyavleniya-korporativnoy-otvetstvennosti-biznesa> (дата обращения: 04.12.2016).

качество жизни населения, во многом, обусловлен уровнем и ростом доходов, которые, в свою очередь, в развитой экономике, зависят от темпов роста бизнеса. При том, что рост бизнеса обеспечивается эффективным управлением и эффективным трудом работников, но, особенно, эффективным и социально-ориентированным государственным управлением. Именно такое обеспечение общности интересов лежит в основе долгосрочного и успешного функционирования национальной экономики и отдельных отраслей промышленности.

Исходя из этого, возникает насущная потребность в разработке методов и моделей управления корпоративной социальной ответственностью (КСО), а также форм ее реализации, одобряемых обществом и поддерживаемых государственными органами.

Для полного понимания моделей управления КСО, и методов анализа и оценки КСО следует подробно рассмотреть конкретные формы, в которых реализуется КСО. То есть, форма КСО, на наш взгляд, выступает в качестве объекта управления и, соответственно, объектом для анализа и оценки.

Непосредственно под термином «форма КСО», с нашей точки зрения, следует понимать конкретные совместные действия бизнеса, общественных групп и государственных структур (на федеральном, региональном и местном уровне), направленные на решение актуальных социальных проблем различного масштаба, и обеспечение роста благосостояния, благополучия и процветания стейкхолдеров на основе принципов устойчивого развития. При этом, под стейкхолдерами, традиционно, понимаются организации, группы и отдельные лица заинтересованные или воздействующие на основную деятельность бизнеса. Данное понимание КСО и его форм согласуется с рациональной позицией Цей С.А. «Корпоративные социальные программы, в первую очередь, следует рассматривать с позиции рациональности и извлечения выгод в долгосрочном периоде. Масштаб и охват корпоративной социальной политики будет зависеть от конкретных целей (краткосрочных и долгосрочных), которые преследует компания и многих внешних условий».⁵

В статье Бутовой, Добриной, Белозеровой «Корпоративная социальная ответственность бизнеса в рамках взаимодействия муниципальных органов власти и бизнес-структур» выделены следующие группы форм КСО:⁶

- Первая группа - внутренние формы КСО: развитие и поддержка персонала, охрана здоровья и безопасные условия труда, социально ответственная реструктуризация (увольнения персонала в связи с реорганизацией бизнеса);
- Вторая группа - внешние формы КСО: природоохранная деятельность и ресурсосбережение, развитие местного сообщества, развитие добросовестной деловой практики;
- Третья группа - комбинированные формы КСО: повышение качества выпускаемой продукции, прирост объемов производства, прирост фонда оплаты труда, создание дополнительных рабочих мест и др.

⁵ Цей Саида Асланбиевна. Социальные инвестиции как форма проявления корпоративной ответственности бизнеса // Новые технологии. 2010. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-investitsii-kak-forma-proyavleniya-korporativnoy-otvetstvennosti-biznesa> (дата обращения: 04.12.2016).

⁶ Бутова Татьяна Витальевна, Добрина Лейла Ровшановна, Белозерова Валерия Александровна. Корпоративная социальная ответственность бизнеса в рамках взаимодействия муниципальных органов власти и бизнес-структур // Интернет-журнал Науковедение. 2014. №3 (22). С. 6. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-biznesa-v-ramkah-vzaimodeystviya-munitsipalnyh-organov-vlasti-i-biznes-struktur> (дата обращения: 30.10.2016).

Следует отметить, что, приведенная выше классификация форм КСО, фактически, отражает один из возможных подходов к кадровой стратегии предприятия (первая группа форм КСО), маркетинговой стратегии (вторая группа форм КСО), производственной стратегии (третья группа форм КСО).

Богдан, Климова, Мамаева в статье «Концепция социальной ответственности современных организаций»⁷ подходят к описанию классификации форм КСО следующим образом. С одной стороны, корпоративная социальная ответственность может быть реализована в большом спектре конкретных видов деятельности предприятия, целью которых является «выполнение обязательств перед работниками организации, местным сообществом и обществом в целом»⁸. То есть, выделены три уровня КСО:

- Первый уровень - социальная ответственность бизнеса перед работником;
- Второй уровень - социальная ответственность бизнеса перед местным сообществом;
- Третий уровень - социальная ответственность бизнеса перед всем обществом.

С другой стороны, группы форм КСО могут быть выражены следующим образом: реализация собственных социальных мероприятий и программ; реализация социальных мероприятий и программ в партнерстве с местными, региональными и федеральными органами государственного управления; реализация социальных мероприятий и программ в партнерстве с некоммерческими организациями; реализация социальных мероприятий и программ сотрудничестве с общественными организациями и профессиональными объединениями; информационное сотрудничество со СМИ.⁹

К конкретным формам КСО, данные авторы, относят следующие¹⁰:

- Благотворительные пожертвования и спонсорская помощь;
- Привлечение работников компании к волонтерской деятельности;
- Денежные гранты;
- Корпоративное спонсорство;
- Социальные инвестиции;
- Социально значимый маркетинг;
- Социально ответственное планирование при высвобождении рабочей силы и реструктуризации;
- Развитие социальной инфраструктуры организации;
- Забота о социальном обслуживании работников;
- Природоохранная деятельность и ресурсосбережение;

⁷ Богдан Надежда Николаевна, Климова Татьяна Васильевна, Мамаева Валерия Юрьевна. Концепция социальной ответственности современных организаций // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. 2012. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-sotsialnoy-otvetstvennosti-sovremennyh-organizatsiy> (дата обращения: 30.10.2016).

⁸ Там же, С. 138.

⁹ Там же, С. 137.

¹⁰ Там же. С. 137 - 138.

- Развитие местного сообщества;
- Добросовестная деловая практика.

Как видно, в данном случае КСО рассматривается как комплекс проектов и мероприятий, направленных на рост социального благополучия. Таким образом, формой КСО выступает любое из подобных мероприятий.

Пожалуй, наиболее основательно к исследованию форм КСО подошёл Щадилов Г.А. в статье «Факторы, определяющие выбор эффективной формы социальной ответственности»¹¹. В данной работе рассмотрены и классифицированы формы КСО с точки зрения: субъект-объектных отношений, модели Кэрролла (экономическая, юридическая, экологическая, нравственная), целевого результата (реальная и формальная), по временному интервалу (краткосрочная, среднесрочная, долгосрочная), по охвату (микро-, мезо- и макроуровень), по модели предприятия или подходу к управлению (неоклассическая, институциональная, эволюционная, предпринимательская, трансформационная). Среди указанных классификаций форм КСО, на наш взгляд, являются формы КСО рассматриваемые через призму субъект-объектных отношений, а также, те формы КСО, которые выделяются в зависимости от модели предприятия.

В первом случае, в качестве субъекта этих отношений выступает бизнес, а объектом - человек. При этом, под человеком понимается: во-первых, потребитель; во-вторых, работник данного предприятия (субъекта); в-третьих, работник другого предприятия; в-четвертых, не занятый трудовой деятельностью по не зависящим от него причинам и не потребляющий продукцию предприятия, в-пятых, тунеядец.

Ответственность бизнеса, государства и самого человека (общества) перед человеком как потребителем выражается в следующих формах:

1. Ответственность со стороны бизнеса:

- производство качественной продукции;
- достоверность рекламы;
- щадящее отношение к природным ресурсам и рациональное их использование с применением современных технологий;
- использование современных экологически чистых технологий производства;
- применение современных очистных сооружений;
- проведение экологических мероприятий;
- помощь в сохранности культурного наследия и ценностей;
- всесторонняя поддержка проведения культурных мероприятий (спонсорство);
- прямая и косвенная поддержка организаций культуры, и другое.

2. Ответственность со стороны государства:

- осуществление государственного контроля за соблюдением требований к качеству продукции и услуг;

¹¹ Щадилов Гавриил Александрович. Факторы, определяющие выбор эффективной формы социальной ответственности // Вестн. Том. гос. ун-та. 2007. №300-2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/factory-opredelyayuschie-vybor-effektivnoy-formy-sotsialnoy-otvetstvennosti> (дата обращения: 30.10.2016).

- пресечение недобросовестной рекламы;
- актуальное и адекватное законотворчество;
- создание необходимых условий для сохранности и приумножения объектов культуры, и другое.

3. Со стороны общества (человека) - самоответственность (другими словами, с нашей точки зрения, совесть и самоуважение):

- личное проявление заботы о природе;
- заинтересованность в сохранности культурных ценностей;
- стремление к образованию и культурному обогащению;
- передача соответствующих традиций младшему поколению.

На наш взгляд, крупным упущением в формах самоответственности является то, что Щадилов к ней не отнес такую форму, как борьба человека и общества в целом за свои права и свободы.

Ответственность перед человеком как работником предприятия, - субъекта КСО, может выражаться в следующем:

- соблюдение трудового законодательства;
- обеспечение высокого уровня заработной платы;
- дополнительное социальное, медицинское и пенсионное страхование;
- безопасные и достойные условия труда;
- развитие социальной инфраструктуры предприятия и т.д.

Ответственность перед человеком, работающим на другом предприятии может выражаться в:

- добросовестной уплате налогов;
- производстве качественной продукции;
- заботе об экологии;
- ведении чистой конкурентной борьбы.

Ответственность перед человеком, не занятым трудовой деятельностью по не зависящим от него причинам и не потребляющий продукцию предприятия выражается в следующих формах:

- добросовестная уплата налогов;
- социальные программы помощи пенсионерам, инвалидам, сиротам и т.п.

В отношении тунеядцев, по мнению Щадилова, социальная ответственность не должна проявляться.

В зависимости от модели предприятия можно выделить следующие формы КСО:

1. При неоклассической модели предприятия формами социальной ответственности являются любые законные действия бизнеса, которые «сами по себе

гарантируют достаточные социальные выгоды, так как приумножают общественное богатство и обеспечивают занятость»¹². Таким образом, максимизация прибыли, создание рабочих мест и производства качественной продукции, в рамках закона, являются основными формами КСО;

2. В условиях принятия институциональной модели предприятия основной формой КСО является полное и своевременное выполнение договорных отношений с заинтересованными сторонами, что обеспечивает, в свою очередь, создание хорошей деловой репутации;

3. При принятии эволюционной модели предприятия социальная ответственность выражается в форме соответствия принципам, традициям и обычаям местного сообщества;

4. При предпринимательской модели фирмы характерны такие формы КСО, которые формируют и развивают сплоченность и доверие в коллективе;

5. Модель трансформационного предприятия или предприятия «теории выживания» не предполагает каких-либо форм КСО.

Таким образом, рассмотрев основные подходы к классификации и описанию форм КСО, можно сделать вывод о том, что КСО в основном представляет отдельные или комплексные проекты, направленные улучшение социальной среды, в целом, и улучшение условий жизни и деятельности конкретного человека.

ЛИТЕРАТУРА

1. Богдан Надежда Николаевна, Климова Татьяна Васильевна, Мамаева Валерия Юрьевна. Концепция социальной ответственности современных организаций // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. 2012. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-sotsialnoy-otvetstvennosti-sovremennyh-organizatsiy> (дата обращения: 30.10.2016).
2. Бутова Татьяна Витальевна, Добрина Лейла Ровшановна, Белозерова Валерия Александровна. Корпоративная социальная ответственность бизнеса в рамках взаимодействия муниципальных органов власти и бизнес-структур // Интернет-журнал Науковедение. 2014. №3 (22). С. 6. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-biznesa-v-ramkah-vzaimodeystviya-munitsipalnyh-organov-vlasti-i-biznes-struktur> (дата обращения: 30.10.2016).
3. Евсеев В.О., Скрыль Т.В., Шавина Е.В., Осипов В.С., Невская Н.А. Промышленная политика России: политэкономические и региональные аспекты. Монография / Москва, 2016. 192 с. Сер. Научная книга.
4. Ершова Н.А. Концепция устойчивого развития - обеспечение экономической и социальной безопасности России // Вестник Академии права и управления. 2013. №30. С. 87-90.
5. Ершова Н.А. КСО - эффективный инструмент управления факторами инновационного риска // Полиграфист. В помощь руководителю и главному бухгалтеру. 2015. №1 (67). С. 49-56.

¹² Щадилов Гавриил Александрович. Факторы, определяющие выбор эффективной формы социальной ответственности // Вестн. Том. гос. ун-та. 2007. №300-2. С. 91. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/factory-opredelyayuschie-vybor-effektivnoy-formy-sotsialnoy-otvetstvennosti> (дата обращения: 30.10.2016).

6. Журавлева И.А. Международные проблемы современной экономики // Экономика и социум. Саратов. ООО «Институт управления и социально-экономического развития». №3-1 (12), 2014. С. 653-659.
7. Журавлева И.А. Роль создания глобальных цепочек добавленной стоимости на современном этапе развития экономики // Евразийский Союз Ученых (ЕСУ) часть 1, сборник научных работ, - М.: 2015. №6 (15).
8. Зильберштейн О.Б. и др. Анализ стейкхолдеров на примере российских предприятий / Зильберштейн О.Б., Невструев К.В., Семенюк Д.Д., Шкляр Т.Л., Юрковский А.В. // Интернет-журнал Науковедение. 2016. т. 8. №3 (34). С. 30.
9. Зильберштейн О.Б. и др. Социальный проект бизнеса как результат корпоративной социальной ответственности: теоретический анализ / О.Б. Зильберштейн, Д.Д. Семенюк, Т.Л. Шкляр, А.В. Юрковский // Экономика и предпринимательство. № 4 ч.2 (69-2) 2016 г. (Vol. 10 Nom. 4-2) <http://www.intereconom.com/component/content/article/330.html>.
10. Зильберштейн О.Б., Ершова Н.А., Невструев К.В. Контроллинг подготовки и реализации социальных проектов бизнеса: Монография. Saarbruken. Изд.: LAP LAMBERT Academic Publishing. 2016. 189 с.
11. Зильберштейн О.Б., Семенюк Д.Д., Шкляр Т.Л., Юрковский А.В. Корпоративная социальная ответственность как бизнес-проект: теоретический аспект // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №3 (2016) <http://naukovedenie.ru/PDF/29EVN316.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.
12. Косова Л.Н. Бизнес-процессы формируют цепочку ценностей и себестоимость [текст] // Полиграфист / Л.Н., Косова. - М., 2010, №2 (47). - 77-84.
13. Косова Л.Н. Управление финансовым потоком организации на принципах процессного подхода [текст] // Экономика и предпринимательство. - М., 2016, №5. - С. 1057-1060.
14. Осипов В.С. Дисфункции государственного управления и направления их преодоления // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2015. №1. С. 74-84.
15. Осипов В.С. Конкуренция, основанная на совместном создании ценности в отрасли сельскохозяйственного машиностроения // Перспективы науки. 2013. №10 (49). С. 210-213.
16. Осипов В.С. Теория и методология конкурентного взаимодействия хозяйствующих субъектов: диссертация ... доктора экономических наук: 08.00.01 / Институт экономики Российской академии наук. Москва, 2013.
17. Похвощев В.А., Семенюк Д.Д., Зильберштейн О.Б. Методология социальной ответственности бизнеса // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса МИРБИС. №2 (6) 2016 г. С. 92-101.
18. Цей С.А. Социальные инвестиции как форма проявления корпоративной ответственности бизнеса // Новые технологии. 2010. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-investitsii-kak-forma-proyavleniya-korporativnoy-otvetstvennosti-biznesa> (дата обращения: 04.12.2016).
19. Шкляр Т.Л. Особенности управления B2B услугами на предприятии: Монография. М.: Издательство "Перо". 2016. 104 с.
20. Щадилов Г.А. Факторы, определяющие выбор эффективной формы социальной ответственности // Вестн. Том. гос. ун-та. 2007. №300-2. С. 91. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/factory-opredelyayushchie-vybor-effektivnoy-formy-sotsialnoy-otvetstvennosti> (дата обращения: 30.10.2016).

Zilberstein Oleg Borukhovich

The Russian state university of justice, Russia, Moscow
E-mail: obz81@yandex.ru

Shklyar Tatyana L'vovna

Plekhanov Russian University of economics, Russia, Moscow
E-mail: tlb@mail.ru

Ershova Natalia Anatol'evna

The Russian state university of justice, Russia, Moscow
E-mail: nataly_ershova@mail.ru

Rutskiy Eugene Igorevich

ООО «Raduga Sintez», Russia, Moscow
E-mail: ru.eu@yandex.ru

Forms of corporate social responsibility

Abstract. The article deals with the issues of mutually beneficial and effective combination of the interests of the state, business and society. Given the author's definition of corporate social responsibility. The concept of "form of corporate social responsibility." The article concludes that the basis of practices and corporate social responsibility management models are specific forms of implementation. On the basis of generalization of a number of papers highlighted the following forms of corporate social responsibility: the internal form; external forms and combined forms. In addition, corporate social responsibility forms can be classified as follows: the implementation of their own social activities and programs; implementation of social activities and programs in partnership with local, state, and federal governments; implementation of social activities and programs in partnership with non-profit organizations; implementation of social activities and programs of cooperation with civil society organizations and professional associations; information cooperation with the media. Another version of the classification of the forms of corporate social responsibility is based on the subject-object relations: forms, aimed at consumers; forms aimed at employees of the enterprise; form, aimed at the other employees; forms aimed at citizens not employed activities beyond their reasons not to consume the products of the enterprise, form, aimed at the parasites. The article also discussed other approaches to the classification of the forms of corporate social responsibility.

Keywords: corporate social responsibility; social responsibility of business; society; business; government; forms of corporate social responsibility; levels of corporate social responsibility; enterprise models

REFERENCES

1. Bogdan Nadezhda N., Klimova T.V., Mamaev, Valery Yu. The concept of social responsibility of modern organizations // Bulletin of Omsk state University. Series: Economics. 2012. No. 2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-sotsialnoy-otvetstvennosti-sovremennyh-organizatsiy> (date accessed: 30.10.2016).
2. Butova, Tatyana V., Dobrin Leyla Ravshanovna, Belozeroval Valeria Aleksandrovna. Corporate social responsibility in the framework of interaction between municipal authorities and business structures // Internet journal of the sociology of Science. 2014. No. 3 (22). P. 6. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-biznesa-v-ramkah-vzaimodeystviya-munitsipalnyh-organov-vlasti-i-biznes-struktur> (date accessed: 30.10.2016).
3. Evseev O.V., Skryl T.V., Shavina E.V., Osipov S.V., Nevskaya N.A. Russian industrial policy: political economy and regional aspects. Monograph, Moscow, 2016. 192 S. Ser. Science book.
4. Ershova N.A. The concept of sustainable development - providing economic and social security of Russia // Bulletin of the Academy of law and management. 2013. No. 30. P. 87-90.
5. Ershova N.A. CSR is an effective tool to control factors of innovative risk // typographer. To help the Manager and chief accountant. 2015. No. 1 (67). p. 49-56.
6. Zhuravleva I.A. International problems of modern economy // Economy and society. Saratov. LLC "Institute of control and socio-economic development". №3-1 (12), 2014. P. 653-659.
7. Zhuravleva I.A. the Role of creating global value chains at the present stage of development of economy // Eurasian Union of Scientists (ESU) part 1, collection of scientific works, M.: 2015. No. 6 (15).
8. Zilberstein O.B. etc. a stakeholder Analysis on the example of Russian enterprises. / Zilberstein O.B., Neustroev K.V., Semeniuk, D.D., Shklyar T.L., Yurkovski A.V. // Internet journal of the sociology of Science. 2016. vol. 8. No. 3 (34). 30.
9. Zilberstein O.B. etc. a Social project business as a result of corporate social responsibility: a theoretical analysis / O.B. Zilberstein, D.D. Semeniuk, T.L., Shklyar, A.V. Yurkovsky // Economics and entrepreneurship. No. 4 part 2 (69-2), 2016 (Vol. 10 Nom. 4-2) <http://www.intereconom.com/component/content/article/330.html>.
10. Zilberstein O.B., Ershova N.A., Nevstruev K.V. Controlling the preparation and implementation of social business projects: a Monograph. Saarbruken. Ed.: LAP LAMBERT Academic Publishing. 2016. 189 S.
11. Zilberstein O.B., Semeniuk, D.D., Shklyar T.L., Yurkovski A.V. Corporate social responsibility as a business project: theoretical aspect // Internet-journal "science of SCIENCE" Vol. 8, No. 3 (2016) <http://naukovedenie.ru/PDF/29EVN316.pdf> (access is free). Tit. screen. Yaz. eng., eng.
12. Kosova, L.N. Business processes form the value chain and the cost of [text] // printers / L.N. Kosovo. - M., 2010, №2 (47). - 77-84.
13. Kosova, L.N. Management of the financial flow of the organization on the principles of the process approach [text] // Economics and entrepreneurship. - M., 2016, No. 5. - P. 1057-1060.

14. Osipov V.S. Dysfunction of state administration and the directions of their overcoming // Intelligence. Innovation. Investment. 2015. No. 1. S. 74-84.
15. Osipov V.S. Competition, based on joint value creation in the sector of agricultural engineering // science Prospects. 2013. No. 10 (49). P. 210-213.
16. Osipov V.S. Theory and methodology of competitive interaction between economic subjects: the dissertation ... doctor of economic Sciences: 08.00.01 / Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences. Moscow, 2013.
17. Pohodiv V.A., Semeniuk, D.D., Zilberstein O.B. the Methodology of the social responsibility of business // Bulletin of the Moscow international higher business school MIRBIS. No. 2 (6) 2016 S. 92-101.
18. Tsey S.A. Social investments as a form of corporate responsibility of business // New technology. 2010. No. 2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-investitsii-kak-forma-proyavleniya-korporativnoy-otvetstvennosti-biznesa> (date accessed: 04.12.2016).
19. Shklyar T.L. features of management of B2B services in the enterprise: Monograph. M.: Publishing House "Pero". 2016. 104 p.
20. Schadilov G.A. Factors determining the choice of effective forms of social responsibility // Vestn. Tom. state University. 2007. No. 300-2. S. 91. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/factory-opredelyayushchie-vybor-effektivnoy-formy-sotsialnoy-otvetstvennosti> (date accessed: 30.10.2016).