

УДК 316.334.23

К. И. Краенкова (kristinakraenkova@gmail.com),
старший преподаватель
Витебского государственного
технологического университета

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПОНЯТИЕ, ВИДЫ, ИДЕНТИФИКАЦИЯ

Концепция корпоративной социальной ответственности считается одной из прогрессивных форм развития бизнеса, ее принципы предполагают выполнение законодательных норм и правил, организацию эффективной и полезной деятельности для всех стейкхолдеров, включая улучшение качества жизни персонала организации. Изменение условий жизнедеятельности, социальное неравенство, сложность трудоустройства отдельных категорий граждан, обесценивание культурных традиций, с одной стороны, и цифровизация общественной жизни и бизнеса, с другой стороны, привели к проявлению различных форм корпоративной социальной ответственности (КСО), изучение которых является актуальным в современных условиях. Цель исследования – определить сущность КСО и выделить субъекты бизнеса с КСО среди других смежных субъектов хозяйствования. Задачи, которые необходимо решить для реализации поставленной цели, следующие: изучить понятие КСО; предложить классификацию и подход к идентификации организаций, применяющих КСО; провести апробацию предложенного подхода.

The concept of corporate social responsibility is considered to be one of the progressive forms of business development, its principles go beyond the obligation established by law to comply with general rules and suggest effective activity for improving the quality of life of workers and their families, as well as the local community and society as a whole. Changes of living conditions, social inequality, the difficulty of employing certain categories of citizens, the depreciation of cultural traditions on the one hand, and the digitalization of public life and business, on the other hand, have led to the manifestation of various forms of corporate social responsibility (CSR), this study being relevant in modern conditions. The aim of the investigation is to determine the essence of CSR and distinguish business entities with CSR among other related business entities. The tasks to be solved are: studying the concept of CSR; proposing a classification and approach to identifying organizations applying CSR; testing the proposed approach.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность; социально ответственный бизнес; социальное предпринимательство.

Key words: corporate social responsibility; socially responsible business; social entrepreneurship.

Введение

Реализация концепции корпоративной социальной ответственности (далее – КСО) является приоритетным направлением стратегии развития многих организаций, функционирующих на международном рынке. Изучение теоретической составляющей КСО является предметом споров и критики многих ученых и экономистов современности. КСО считается одной из форм модели развития современного бизнеса в экономической среде.

Многие ученые определяют КСО, как маркетинговый инструмент, помогающий налаживать связи с общественностью, другие отмечают, что развитию КСО способствует глобализация, которая наряду с положительными моментами несет угрозы специфического характера, на которые государства не способны эффективно реагировать без современных и инновационных тенденций развития экономической деятельности. Ряд ученых утверждают, что организации, пропагандирующие КСО, имеют долгосрочную перспективу функционирования, включающую положительный имидж организации среди стейкхолдеров. Для выявления сущности КСО в рамках данного исследования необходимо решить следующие задачи: изучить понятие КСО; предложить

классификацию и подход к идентификации организаций, применяющих КСО; провести апробацию предложенного подхода к идентификации.

Понятие корпоративной социальной ответственности в экономической среде. Широкая дискуссия в мировой практике в области становления КСО началась во второй половине XX века. В работах многих ученых представлены различные определения и модели КСО, исследованы ее признаки. Однако единой концепции в практике КСО не выработано, что определяет актуальность и значимость проведения исследований в данной области.

КСО представляет собой форму бизнес-модели, которая является прототипом самостоятельного корпоративного регулирования деятельности. Сущность данной бизнес-модели состоит в обязанности организаций, пропагандирующих КСО, бережно относиться к окружающей среде, учитывать мнения всех стейкхолдеров, положительно влиять на жизнь общества в целом.

Существует ряд трактовок понятия КСО. С одной стороны, КСО – это влияние деятельности компании на общество. С другой – КСО представляют в виде пирамиды (пирамида ответственности А. Кэрролла [1]), где в основе лежит экономическая ответственность бизнеса.

Как отмечает А. Мидтан [2], существует несколько взглядов на это явление. Некоторые исследователи видят роль КСО в возрождении социально ориентированной экономики, другие рассматривают КСО в основном как бизнес-инструмент, не присущий экономике в целом. М. Джолберг [3] констатирует, что КСО нередко имеет глобальный характер, а ее реализация на практике иногда может существенно различаться в разных социальных, экономических, культурных, правовых и политических контекстах. По мнению Джолберга, максимального развития КСО достигла в таких странах, как Швейцария, Финляндия и Норвегия. Однако это утверждение противоречит результатам исследования Д. Маттена и Дж. Муна [4], считающих, что «это явление более распространено в неолиберальных странах, поскольку оно призвано компенсировать низкие расходы государства на социальное страхование».

Д. Барон писал, «что организации принимают на себя стратегические обязательства по социальной ответственности, стремясь получить конкурентные преимущества и увеличить прибыль» [5].

Анализ существующих взглядов различных ученых позволяет утверждать, что в основу КСО входит понятие «социально ответственный бизнес», которое можно определить с точки зрения трех подходов (таблица 1).

Таблица 1 – Систематизация подходов к определению социально ответственного бизнеса

Автор, источник	Определение социально ответственного бизнеса
1 направление: Добровольное действие	
Международная организация труда, Виханский О. С., Артеменко А. П., Германчук А. Н., Мескон М. Х.	Социально ответственный бизнес как добровольное действие коммерческой организации для решения социальных проблем
2 направление: Обязательство перед обществом	
Роббинс С. П., Стандарт ISO 26000 «Социальная ответственность», Абчук В. А., Канаева О. А., Маркеева А. В.	Социально ответственный бизнес как обязательство организации, которое способствует устойчивому развитию и оказывает благоприятное влияние на общество, окружающий среду
3 направление: Взаимодействие бизнеса и общества	
Шпотов Б., Фиглин Л. (Social Accountability 8000), Палацци М., Саврушева М. И., Переверзев М. П., Петров Н., Альтер К., Минченко Л. В., Кузнецов А. О.	Социально ответственный бизнес как результат взаимодействия бизнеса и общества в целом, приносящий широкую социальную пользу
Примечание – Собственная разработка автора на основе [6–24].	

Первая группа авторов под социальной ответственностью бизнеса понимает добровольные действия ведения бизнеса, которые сопровождаются не только соблюдением законодательства, но и ответственностью перед обществом в экономической, социальной и экологической сферах.

Вторая группа авторов трактует социально ответственный бизнес как обязательство перед обществом, которое через призму своей деятельности способствует решению задач благосостояния, здоровья, экологии и носит регулярный характер.

Третья группа авторов уточняет понятие социально ответственного бизнеса как его взаимодействие с обществом, которое может проявляться в реализации совместных проектов, проведении мероприятий и форумов с привлечением всех заинтересованных сторон.

Таким образом, понятие «социально ответственный бизнес» можно определить как регулярные действия организации с целью создания социального блага для различных заинтересованных сторон за счет собственных средств субъектов хозяйствования.

Дискуссии о различных ролях бизнеса в обществе способствовали появлению множества утверждений «за» и «против» его социальной ответственности (таблица 2).

Таблица 2 – Положительное и отрицательное влияние социально ответственного бизнеса в экономической среде

Положительная роль	Отрицательная роль
Распределение прибыли	
Рациональное распределение свободных ресурсов, которое способствует улучшению социальных и экологических условий, улучшению инфраструктуры организации	–
Рост суммы затрат	
Улучшение социально-психологического климата в коллективе	Увеличение себестоимости продукции, работ, услуг за счет включения в нее расходов на социальную ответственность
Уровень ответственности	
Соблюдение норм делового этикета, морали, законности, экологической безопасности при ведении бизнеса	Определение эффективности проведенных мероприятий, при реализации концепции социальной ответственности организации, практически невозможно ввиду отсутствия регламентированной формы отчетности и методов количественной оценки эффекта
Примечание – Источник: [25, с. 144–146].	

При реализации концепции социальной ответственности в организации появляется ряд преимуществ, которые связаны как с улучшением уровня социально-психологического климата в коллективе, соблюдением корпоративного этикета, решением социальных проблем, так и с общим осознанием ценности социально ответственного поведения. Несмотря на отрицательные моменты в деятельности организаций, применяющих КСО, соблюдение ее принципов положительно влияют на эффективность функционирования и повышают уровень конкурентоспособности организации.

Бизнес, пропагандирующий КСО, характеризуется своей разнонаправленностью и делением на три уровня: низший, средний и высокий.

Низший, или первый, уровень – это достойная и своевременная выплата труда, выплата налогов, открытие новых рабочих мест и т. д.

Средний, или второй, уровень – это наличие социального пакета, который состоит в наличии корпоративной культуры, наличие преференций для участия в спортивных и культурных мероприятиях.

Высокий, или третий, уровень – это участие в благотворительных и спонсорских мероприятиях, которые направлены на решение социальных проблем или достижения социальных целей [26, с. 33].

Низший и средний уровень – это формирование и создание преимуществ в компании в части управления персоналом, высокий, или третий, уровень – это формирование преимуществ перед стейкхолдерами организации.

Изучение дефиниции КСО позволило сформулировать следующие выводы:

- понятие КСО более 30 лет исследуется мировыми учеными и практиками, при этом единой методологии определения данного экономического термина не выработано;

- в основу концепции КСО входит термин «социально ответственный бизнес» – данное понятие с некоторой мерой допущения можно определить как регулярные действия организации с целью создания социального блага для различных заинтересованных сторон за счет собственных средств субъектов хозяйствования;

- КСО имеет многоуровневый характер, каждый уровень позволяет выявить разные виды и формы проявления КСО.

Формы проявления КСО в современных условиях хозяйствования. Высокий уровень конкуренции становится основным фактором, ограничивающим развитие бизнеса. Одним из направлений формирования конкурентных преимуществ является реализация концепции КСО.

КСО способствует сближению всех заинтересованных сторон, опровергая факт направленности бизнеса лишь на получение прибыли. Современный бизнес предполагает помощь уязвимым слоям населения, которые нуждаются в решении различных проблем для устойчивого развития государства. Осуществление стратегии КСО предоставляет выгодные условия для бизнеса и создает определенную конкурентную среду.

КСО в современных экономических условиях в общем ракурсе можно разделить на внутренние (по отношению к развитию человеческих ресурсов в организации), внешние (по отношению к развитию всего общества в целом, включая поставщиков, потребителей, объектов социальной инфраструктуры и т. д.) и смешанные (по отношению к развитию всех стейкхолдеров в равноправном соотношении). Мировой и национальный опыт показывает, что комбинированное проявления КСО является приоритетным, так как реализация концепции предполагает всесторонний учет интересов стейкхолдеров с целью максимизации социально-экономического эффекта. Формы смешанного проявления КСО являются предметом многих исследований. Белорусские авторы В. А. Симхович, Е. А. Данилова, С. П. Романова изучали формы проявления КСО и отмечали, что «если благотворительность, спонсорство и социальные инвестиции известны многим, другие формы менее известны и проходят, как правило, как благотворительность, хотя и отличаются от нее по содержанию» [27, с. 19] (рисунок 1).



Рисунок 1 – Формы проявления КСО

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [27, с. 20].

Представленный рисунок 1 наглядно показывает, что в своем проявлении КСО включает большое многообразие его видов, объединенных в группы: «благотворительность», «спонсорство» и «социальное предпринимательство».

Благотворительность представляет собой адресную денежную, натуральную или трудовую помощь, которая финансируется под определенные программы, включая социальные. При этом трудовую помощь чаще интерпретируют как волонтерство, которое проявляется в добровольной и бесплатной взаимопомощи работников организации местному сообществу.

Спонсорство предполагает осуществление организацией вклада, который может быть выражен в качестве организации мероприятия, предоставления услуг или имущества, для другой организации или физического лица, направленного для решения социальных вопросов. При реализации концепции КСО через спонсорство используется филантропия и инвестиции социального воздействия. Если филантропия предполагает пожертвования в виде грантов, подарков непосредственно организации или индивиду, которые носят одноразовый характер, то инвестиции социального воздействия имеют долгосрочную перспективу и направлены на решение социальных проблем в регионе или стране.

Благотворительность и спонсорство в практической деятельности организаций часто взаимодополняют друг друга и являются классическим проявлением КСО. При этом социальное предпринимательство (СП), как экономическая категория, требует особого изучения.

Социальное предпринимательство можно определить как активность граждан или субъектов хозяйствования, направленную на решение социальных проблем социально уязвимых слоев населения (СУСН) или общества в целом (с учетом географической границы решаемой проблемы) с помощью организации предпринимательской деятельности.

СП является предметом критики ряда ученых и практиков. Организации с КСО стремятся за счет разной степени мотивации сотрудников и определенной величины прибыли решить социальные проблемы как внутри организации, так и за ее пределами. При этом отличительными признаками СП можно представить в виде рисунка 2.



Рисунок 2 – Признаки социального предпринимательства

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [28].

Приведенные признаки СП указывают, что первоочередной задачей субъектов является решение социальных проблем, прибыль выступает инструментом для реализации поставленных задач. Следует отметить, что деятельность коммерческих организаций направлена на максимизацию прибыли, а КСО пропагандируют успешно функционирующие организации. Главная отличительная черта КСО и СП – цель деятельности организации (выделяется отдельная первоочередная социальная цель деятельности компании) и периодичность реализации социальной миссии (в КСО – это регулярная периодичность, в СП – постоянная).

Таким образом, на основе проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

- деятельность организации с КСО можно рассматривать как один из инструментов саморазвития компании и способ формирования дополнительных конкурентных преимуществ за счет создания социальной пользы обществу;
- многие авторы не выделяют СП в отдельный сектор, приравнивая его к КСО, что является ошибочным мнением. Несмотря на то, что в деятельности представленных субъектов четко прослеживается два вектора: ориентация на прибыль и социальная направленность деятельности;
- деятельность субъектов СП необходимо выделить в отдельный сектор, для чего необходимо разработать систему идентификации.

Определение границ между организациями с КСО и субъектами социального предпринимательства. В целом такие явления, как СП и КСО тесно связаны, а потому границы этих понятий размыты. С точки зрения качественной стороны определения, субъекты хозяйствования, как было отмечено выше, имеют два одинаковых критерия идентификации: ориентация на прибыль и социальная направленность. Решением данной проблемы может быть внедрение в практику количественной идентификации субъектов СП. Данная градация необходима, в первую очередь, для идентификации субъектов СП, так как данные экономические агенты имеют определенный статус и предпочтения во многих странах мира. Следовательно, четкая граница между субъектами хозяйствования позволит: государству давать адресную помощь тем организациям, которые в ней нуждаются, исключая коррупционную составляющую; субъектам СП получать льготы при осуществлении деятельности, быть конкурентоспособными на рынке и создавать дополнительные рабочие места; обществу, которое в этом нуждается, безбарьерно входить на рынок труда.

Для идентификации деятельности организаций были представлены качественные критерии и показатели количественной оценки (таблица 3).

Таблица 3 – Идентификация субъектов СП в Республике Беларусь

Номер критерия	Качественные критерии	Показатели количественной оценки
1	Объект деятельности – социально уязвимые слои населения (СУСН)	Удельный вес СУСН не менее 50% в среднесписочной численности работников организации как главного объекта деятельности субъектов СП
2	Образование субъекта хозяйствования (субъекта СП)	Постоянная предпринимательская деятельность, коэффициент самоокупаемости не менее 0,95
3	Наличие долгосрочной социальной миссии, определенной в учредительных документах, которая является первоочередной и превалирует над целью максимизации прибыли	Перечень (количество) решаемых социальных задач, удельный вес решаемых социальных задач в общем их количестве не менее 50%
4	Достойный уровень оплаты труда работников для определенной территории, в которой функционирует организация	Удельный вес заработной платы СУСН в фонде оплаты труда (при условии работы полный рабочий день) не ниже 30%
5	Финансовая самостоятельность	Наличие предпринимательского подхода и разработка бизнес-модели, коэффициент самофинансирования не менее 0,90
6	Масштабируемость и тиражируемость	Деятельность субъекта должна превышать 1 год, планирование деятельности осуществляется на 5 лет, процент реинвестирования прибыли в социальную миссию не менее 60 %
Примечание – Источник: собственная разработка на основе [29, с. 61].		

Определение пороговых значений для предложенных показателей было приведено с помощью интервьюирования экспертов во время международного семинара-практикума «Оценка общественной пользы социального бизнеса: планирование Social impact и продвижение в сообществе через коммуникации» в рамках проекта «Вовлечение женщин и молодежи Беларуси в социальное предпринимательство путем продвижения общественной пользы социального бизнеса» (Минск (Беларусь) – Таллин (Эстония), ноябрь 2018 – февраль 2020 года). Общее число респондентов составило 66 чел.

Наличие данных критериев позволяет точно определить субъект СП для оказания ему адресной поддержки и отделить его от некоммерческих организаций и организаций, пропагандирующих КСО.

Исследование проводилось среди субъектов малого и среднего предпринимательства (без учета индивидуальных предпринимателей), функционирующих в Витебской области. Согласно статистическим данным, на 01.01.2021 в Витебской области зарегистрировано и функционируют 8 202 юридических лица.

Для определения размера выборки (SS) была использована следующая формула:

$$SS = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{C^2},$$

где Z – z -фактор (при 95% доверительного интервала показатель равен 1,96);

p – процент интересующих респондентов, в десятичной форме (0,5 по умолчанию);

C – доверительный интервал, в десятичной форме (например, 0,05 = ±5%).

Репрезентативность выборки определяет возможность перенести результаты на генеральную совокупность. В сумме для репрезентативности выборки, согласно проведенному расчету, было изучено 385 организаций. С помощью парсинга были обработаны единицы генеральной совокупности по типичным значениям признаков: наличие экономической и социальной деятельности, которым соответствовали 26 организаций.

Результаты полученных расчетов представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Обобщающие характеристики выборочной совокупности юридических лиц

Показатели	Совокупность	
	генеральная	выборочная
Объем совокупности (юридические лица), ед.	8 202	385
Число единиц, необходимых для изучения	385	26
Доля единиц, обладающих изучаемым признаком, %	4,69	6,75
Примечание – Источник: собственная разработка на основе [30].		

Важным этапом в идентификации является определение соответствия качественных критериев и пороговых значений показателей количественной оценки. На основании бухгалтерской и статистической отчетности, данных интернет-источников и интервьюирования отдельных работников организаций были сделаны выводы о соответствии критериям, заданным для субъектов СП (таблица 5).

Таблица 5 – Краткая характеристика субъектов исследования и определение их соответствия заданным критериям

Номер организации	Город	Вид деятельности	Критерии						полное соответствие
			1	2	3	4	5	6	
1	Витебск	Производство	✓	✓	✓	✓	✓	✓	+
2	Витебск	Производство	✓	✓	✓	✓	✓	✓	+
3	Орша	Производство	×	✓	✓	×	×	×	-
4	Витебск	Производство	✓	✓	✓	✓	✓	✓	+
5	Витебск	Производство	×	✓	×	×	×	×	-
6	Витебск	Производство	×	✓	✓	×	✓	×	-
7	Орша	Производство	✓	✓	✓	✓	✓	✓	+
8	Полоцк	Производство	×	✓	×	×	×	×	-
9	Витебск	Производство	✓	✓	✓	×	×	×	-
10	Барань	Производство	✓	✓	✓	✓	✓	✓	+
11	Витебск	Производство	✓	✓	✓	✓	✓	✓	+
12	Витебск	Производство	×	✓	✓	×	×	×	-
13	Витебск	Производство	✓	✓	✓	✓	✓	✓	+
14	Полоцк	Производство	✓	✓	✓	✓	✓	✓	+
15	Витебск	Производство	×	✓	✓	×	×	×	-
16	Витебск	Производство	✓	✓	✓	✓	✓	✓	+
17	Полоцк	Производство	✓	✓	✓	✓	✓	✓	+
18	Витебск	Производство	✓	✓	✓	✓	✓	✓	+
19	Шарковщина	Производство	×	✓	✓	×	×	×	-
20	Витебск	Производство	✓	✓	✓	✓	✓	✓	+
21	Орша	Производство	✓	✓	✓	✓	✓	✓	+
22	Витебск	Оказание услуг	✓	✓	✓	✓	✓	✓	+
23	Орша	Оказание услуг	×	✓	✓	×	×	×	-
24	Полоцк	Оказание услуг	✓	✓	✓	×	✓	×	-
25	Полоцк	Оказание услуг	✓	✓	✓	✓	✓	✓	+
26	Витебск	Оказание услуг	×	✓	✓	×	×	×	-
Примечание – Источник: собственная разработка на основе представленных критериев в таблице 3.									

В исследовании участвовали субъекты хозяйствования из разных сфер деятельности, которые функционируют на территории Витебской области. Из представленного в таблице 5 списка 21 организация работает в сфере производства, 5 – оказывают услуги. Из 26 организаций 15 полностью соответствуют авторским критериям идентификации субъектов СП, 2 – четырем критериям, 8 – двум критериям, 1 – одному критерию.

По предложенной системе идентификации выполнение всех шести критериев является обязательным условием для возможности получения статуса субъекта СП. Следовательно, все остальные субъекты хозяйствования можно отнести к субъектам, пропагандирующим КСО, так как главным критерием выборки было наличие социальных и экономических целей.

Следует отметить тождественность задач, которые имеют субъекты СП и бизнес с КСО, но мотивы и миссия деятельности данных субъектов отличаются. Субъекты социального предпринимательства имеют четко выраженную социальную миссию, которая является первоочередной при организации деятельности, носит постоянный характер и является главной целью деятельности организации. Коммерческие организации, как правило, решают социальные задачи только в случае высокой доходности и эффективности деятельности. При этом форма организации такой помощи может выступать в виде единоразового благотворительного мероприятия, спонсорской помощи или осуществления социально значимых проектов. Таким образом, предложенная авторская методика позволяет провести четкую границу между данными субъектами хозяйствования, исключая вероятность ошибочной их классификации.

Заключение

Проведенное исследование позволило дать определение понятию «социально ответственный бизнес», определить конкурентные преимущества организаций с КСО, которые проявляются в позитивном имидже и становлении положительной деловой репутации среди стейкхолдеров.

Предложенный подход к идентификации субъектов хозяйствования позволил провести границы между различными субъектами хозяйствования с помощью выделенных авторских характеристик. Главной целью представленного подхода является возможность идентификации субъектов СП, так как субъекты СП имеют ряд схожих черт с другими экономическими агентами, в частности с субъектами, пропагандирующими КСО, что приводит к путанице в осознании многих стейкхолдеров о назначении СП.

Список использованной литературы

1. **Carroll, A.** The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders / A. Carroll // *Business Horizons*. – 1991. – Vol. 34. – № 4. – P. 39–48.
2. **Midttun, A.** The Political Economy of CSR in Western Europe / A. Midttun, K. Gautesen, M. Gjolberg // *Corporate Governance*. – 2006. – Vol. 6 (4). – P. 369–385.
3. **Gjolberg, M.** Measuring the Immeasurable? Constructing an Index of CSR Practices and CSR Performance in 20 Countries / M. Gjolberg // *Scandinavian Journal of Management*. – 2009. – Vol. 25 (1). – P. 10–22.
4. **Matten, D.** «Implicit» and «explicit» CSR: A Conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility / D. Matten // *The Academy of Management Review*. – 2008. – Vol. 33 (2). – P. 404–424.
5. **Baron, D. P.** Corporate Social Responsibility and Social Entrepreneurship / D. P. Baron // *Journal of Economics and Management Strategy*. – 2007. – Vol. 20 (10). – P. 1 – 17.
6. **Dees, J. G.** (2006) Framing a theory of social entrepreneurship: building on two schools of practice and thought / J. G. Dees, B. V. Anderson // *ARNOVA. Occasional Paper Series*. – 2006. – Vol. 1. – Issue 3. – P. 1–28.
7. **Виханский, О. С.** (1994) Социальное управление. Словарь-справочник / О. С. Виханский, В. И. Добренькова, И. М. Слепенкова. – М. : Изд-во МГУ, 1994. – С. 198.
8. **Социальное** измерение в бизнесе. Международный форум лидеров бизнеса под эгидой Принца Уэльского. – М. : НП Социальные инвестиции; ИД «Красная площадь», 2001. – С. 25.
9. **Артеменко, А. П.** Социальная ответственность бизнеса на предприятии / А. П. Артеменко, Л. В. Сабурова // *NovaInfo*. – № 63. – 2017. – С. 247–251.
10. **Концепция КСО в МОТ** [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа : <http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/>. – Дата доступа : 09.12.2021.
11. **Германчук, А. Н.** Основы менеджмента : научно-метод. рекомендации по изучению дисциплины «Менеджмент организаций». – Донецк : ДонГУЭТ, 2007. – 242 с.
12. **Руководство** по социальной ответственности. Международный стандарт ISO 26000:2010. – Введ. 28.10.2010. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://spbtpp.ru/wp-content/uploads/2015/11/law_national_standart.pdf. – Дата доступа : 09.12.2021.
13. **Абчук, В. А.** Менеджмент : учеб. / В. А. Абчук. – СПб. : Союз, 2002. – 463 с.

14. **Шпотов, Б.** Деловая этика и менеджмент: современные подходы / Б. Шпотов // Проблемы теории и практики управления. – № 1. – 2002. – С. 35–38.
15. **Фиглин, Л.** Модель управления качеством социальной ответственности организации / Л. Фиглин // Проблемы теории и практики управления. – 2003. – № 2. – С. 37–41.
16. **Палацци, М.** Корпоративная социальная ответственность и успех в бизнесе / М. Палацци, Дж. Статчер. – М., 1997. – 245 с.
17. **Саврушева, М. И.** Философия бизнеса : учеб. пособие / М. И. Саврушева. – Омск : Вариант, 2013. – 72 с.
18. **Переверзев, М. П.** Основы предпринимательства : учеб. / М. П. Переверзев, А. М. Лунева. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 176 с.
19. **Петрова, Н.** Власть, бизнес, общество в регионах: неправильный треугольник / Н. Петрова, А. Титкова ; Московский Центр Карнеги. – М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2010. – 439 с.
20. **Канаева, О. А.** Корпоративная социальная ответственность: эволюция теоретических взглядов / О. А. Канаева // Вестн. СПбГУ. – Сер. 5. – 2013. – Вып. 2. – С. 130–145.
21. **Минченко, Л. В.** Технология встраивания КСО в управление предприятием / Л. В. Минченко, М. В. Скоробогатов, А. Ю. Ангелова // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия Экономика и экологический менеджмент. – 2020. – № 1. – С. 79–85.
22. **Кузнецов, А. О.** Развитие КСО в текущей общехозяйственной конъюнктуре / А. О. Кузнецов // Москов. экон. журн. – 2021. – № 2. – С. 546–560.
23. **Всемирный Экономический Форум.** Официальный сайт [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа : <https://www.weforum.org>. – Дата доступа : 21.02.2022.
24. **Маркеева, А. В.** Модернизация корпоративной социальной ответственности на различных этапах жизненного цикла организации / А. В. Маркеева, К. В. Калиновская // Креативная экономика. – 2018. – Том 12. – № 11. – С. 1833–1854.
25. **Ванкевич, Е. В.** Управление региональным рынком труда при переходе к рыночной модели социальной политики в Беларуси / Е. В. Ванкевич, А. П. Морова, И. В. Новикова. – Витебск : ВГТУ, 2004. – 303 с.
26. **Токаева, А. Б.** Социальное предпринимательство : моногр. / А. Б. Токаева, Б. Б. Токаева ; Сев.-Осет. гос. ун-т им. К. Л. Хетагурова. – Владикавказ : СОГУ им. К. Л. Хетагурова : ИПЦ ИП Цопанова А. Ю., 2016. – 174 с.
27. **Симхович, В. А.** Социальная ответственность современного белорусского бизнеса / В. А. Симхович, Е. А. Данилова, С. П. Романова. – Минск : Фонд «Идея», 2011. – С. 157.
28. **Фонд «Наше будущее»** – фонд региональных и социальных программ [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа : <http://www.nb-fund.ru>. – Дата доступа : 20.01.2022.
29. **Ванкевич, Е. В.** Социальное предпринимательство: социально-экономическая основа и концепция развития в Республике Беларусь / Е. В. Ванкевич, К. И. Краенкова // Бел. экон. журн. – 2020. – № 4. – С. 52–65.
30. **Национальный статистический комитет Республики Беларусь** [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа : 25.01.2022.

Получено 11.01.2022.