

УДК 334.024

***Т. А. Ахмедов***

Технический институт (филиал) Северо-Восточного федерального университета, Нерюнгри, e-mail: rsevoi@yandex.ru

***В. Ф. Рочев***

Технический институт (филиал) Северо-Восточного федерального университета, Нерюнгри, e-mail: viktor-rochev74@mail.ru

***В. А. Алексеева***

Технический институт (филиал) Северо-Восточного федерального университета, Нерюнгри, e-mail: valeriaalekseeva058@gmail.com

## ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА В РОССИИ

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность, устойчивое развитие, корпоративная устойчивость, гражданское общество, общественные организации.

Социальная ответственность бизнеса (корпоративная социальная ответственность) в настоящее время является общепринятой практикой во многих странах. В России она начала активно развиваться с начала XXI века. Однако, в последние годы развитие КСО в России замедлилось. Целью статьи является рассмотреть проблемы развития социальной ответственности бизнеса в России. Авторы рассматривают развитие КСО в России как последовательность двух этапов. На первом этапе, в 1999-2012 гг., практики КСО развивались быстрыми темпами, хотя в них была вовлечена лишь малая часть компаний. На втором этапе, с 2012 года по настоящее время, существенного развития КСО в России не происходило. Учитывая, что значительную роль в развитии социальной ответственности бизнеса играет гражданское общество, авторы приходят к выводу, что текущий политический климат в России ограничивает возможности развития гражданского общества, и в этих условиях стремление государства стимулировать развитие КСО в России не имеет нужного эффекта.

***T. A. Akhmedov***

Technical Institute (branch) of North-Eastern Federal University, Neryungri, e-mail: rsevoi@yandex.ru

***V. F. Rochev***

Technical Institute (branch) of North-Eastern Federal University, Neryungri, e-mail: viktor-rochev74@mail.ru

***V. A. Alekseeva***

Technical Institute (branch) of North-Eastern Federal University, Neryungri, e-mail: valeriaalekseeva058@gmail.com

## PROBLEMS IN DEVELOPMENT OF THE SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS IN RUSSIA

**Keywords:** corporate social responsibility, sustainable development, corporate sustainability, civil society, non-governmental organizations.

Nowadays, the social responsibility of business (corporate social responsibility, CSR) is a common practice in many countries. In Russia, it began to develop actively from the beginning of the XXI century. However, in recent years the development of CSR in Russia has stalled. The aim of this article is to examine the problems in development of the social responsibility of business in Russia. The authors review the development of CSR in Russia as a two stages process. At the first stage, in 1999-2012, CSR practices in Russia developed rapidly, although only a minor part of the companies was involved. At the second stage, from 2012 to the present time, there was no significant development of CSR in Russia. Considering that civil society plays a significant role in the development of CSR, the authors conclude that the current political climate in Russia limits the possibilities for the development of civil society, and in these circumstances government's intention to stimulate the development of CSR in Russia has no effect.

## Введение

Отцом понятия «социальная ответственность бизнеса», или «корпоративная социальная ответственность» (КСО) (Corporate Social Responsibility, CSR) считается экономист Г. Боуэн, опубликовавший в 1953 году книгу «Социальная ответственность бизнесмена», в которой он определил ее как соблюдение такой политики и принятие таких решений, которые желательны с точки зрения целей и ценностей общества.

Идея социальной ответственности бизнеса стала популярной в России в первые годы XXI века. Ее актуальность обуславливается ожиданиями того, что предпринимательство окажет помощь в восстановлении социальной сферы, а также выходом отечественных компаний на мировые рынки, где социально ответственное поведение облегчало выход на новые рынки и получение кредитов.

Однако развитие КСО в России сталкивается с проблемами. После начального периода быстрого развития практик социальной ответственности количество вовлеченных в них компаний остается небольшим, что вызывает постоянную озабоченность государства. Это требует осмысления проблем развития КСО в России.

Цель исследования – рассмотрение проблем недостаточного развития социальной ответственности бизнеса в России и их основных причин.

## Материал и методы исследования

Исследование основано на теоретических работах отечественных и зарубежных авторов в области КСО и связанных с ней концепций, в частности – устойчивого развития; публикациях об итогах социологических и экономических исследований, статистических данных, а также интервью представителей научного сообщества, власти и бизнеса.

В исследовании использовались общенаучные методы анализа и синтеза, обобщения, сравнения, описания, на основе принципа историзма, рассматривая изучаемое явление в процессе его поступательно-го развития.

## Результаты исследования и их обсуждение

Статьей 7 Конституции установлено, что Российская Федерация – социальное государство. Основным законом установле-

но, что социальная ответственность лежит на государстве, именно оно отвечает за достойную жизнь и свободное развитие российских граждан.

Из-за слабости государства бизнес-сфера в 90-х годах XX века зачастую была далека от ответственности даже перед законом. Государство пыталось принудить бизнес хотя бы к уплате налогов и соблюдению трудовых прав работников. Прообразом КСО в 90-х была спорадическая благотворительность, часто с целью воздействия на общественное мнение, например, для исправления подпорченной криминальным прошлым репутации. Испытывая нехватку средств для исполнения своих социальных обязательств, государство пыталось навязать бизнесу затратную советскую социальную инфраструктуру. Особенно острой эта проблема была в моногородах, где новый владелец предприятия обеспечивал работой большую часть населения. Это породило практику закулисных договоренностей, включая обмен поддержки соцсферы на политическую власть (наиболее яркий пример – Р.А. Абрамович в качестве губернатора Чукотского автономного округа).

С конца 90-х годов наметился экономический подъем, но в течение первого президентского срока В.В. Путина все еще не были решены проблемы с задолженностью по выплате налогов и зарплаты, открыто говорилось о лоббировании и коррупции, остро стояла проблема рейдерских захватов и недружественных поглощений. На этом фоне тема КСО приобрела популярность; в конце 2003 года она обсуждалась на заседании Торгово-промышленной палаты (ТПП), на котором присутствовал Президент. Во время второго президентского срока В.В. Путина идея социальной ответственности бизнеса прочно вошла в политическую риторику. В Послании Президента РФ Федеральному Собранию в 2006 году было сказано: «социальная ответственность должна быть основой деятельности и чиновников, и представителей бизнеса» [1]. О необходимости становления социально ответственного предпринимательства было сказано и в послании за 2007 год.

Представители бизнес-сообщества считали, что ответственность предпринимателя заключается в исполнении наложенных законом обязательств: «Современный цивилизованный бизнес уже по закону предполагает социальную ответственность... уплата

налогов, создание рабочих мест и безопасной рабочей среды, качественных товаров и услуг, забота о здоровье и развитии персонала, экологической безопасности» [2]. Их озабоченность вытекала из опасений, что власть рассматривает предпринимательство как дойную корову. Экспертные интервью Фонда «Общественное мнение» 2004 года на тему социальной ответственности предпринимательства содержали в себе такие фрагменты: «На уровне снизу делиться надо, причем делиться по-дикому...», «...у них требует администрация и городская, и областная – это такой узаконенный рэкет» [3]. Специалист в области экономики регионов Н.В. Зубаревич в 2005 году образно высказалась так: «Эвфемизмом «социальная ответственность» называют кирпич, который власть держит сейчас над головой российского бизнеса, чтобы склонить его к старой, непрозрачной схеме взаимоотношений: надо делиться, а куда положить «социальные» деньги, мы сами скажем» [4].

К 2012 году система социальной ответственности бизнеса в России в целом сформировалась. На многих предприятиях были разработаны и внедрены программы по адаптации персонала, повышению профессионального и личного потенциала работников, их дополнительного содействия, внедрялись современные формы оплаты труда, заимствовались международные практики. Мотивация внутрикорпоративной социальной политики понятна: она непосредственно связана с производительностью труда.

Внешняя социальная политика бизнеса тоже сделала большой шаг вперед: среди ее направлений можно назвать инфраструктурные проекты, финансирование программ в области здравоохранения и оздоровления населения, мероприятия в области экологии, поддержку незащищенных слоев населения (ветеранов, инвалидов), оказание помощи сообществам малых народов, помощь в сохранении историко-культурных ценностей, спонсорство спортивных мероприятий и команд, стипендии и гранты перспективным школьникам и студентам. В отличие от 90-х годов, это были долгосрочные программы. Кроме имиджевой стороны, расходы на повышение уровня здоровья и образования населения улучшают качество человеческого капитала; рост благоустройства в местных сообществах уменьшает мотивацию для переселения, сокращает текучесть кадров, и т.д.

Помимо решения социальных проблем своими силами, предприниматели могли жертвовать средства некоммерческим организациям (НКО), число которых росло. НКО брали на себя решение многих социальных проблем. В 2010 году в законодательство было внесено понятие социально ориентированной некоммерческой организации (СО НКО). СО НКО должны были выполнять социальную работу, и, как специализированные организации, использовать средства меценатов с большей социальной эффективностью. Богатейшие бизнесмены России создавали благотворительные фонды, финансируемые из их собственных средств.

В 2004 году XIV съездом Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП) была принята «Социальная хартия российского бизнеса». В течение последующих лет были созданы основополагающие документы и стандарты КСО, а также формы отчетности, включающие в себя международные метрики, и в то же время адаптированные к российским стандартам бухгалтерской отчетности. Отчетность по КСО значительно облегчала работу за рубежом и привлечение иностранных инвестиций. В 2013 году на территории РФ был введен в действие стандарт ГОСТ Р ИСО 26000-2012 «Руководство по социальной ответственности» (в международной практике – ISO 26000).

Таким образом, годы с 1999 по 2012 можно рассматривать как период быстрого развития практики социальной ответственности бизнеса. Однако она касалась лишь части бизнес-сообщества. В первом рейтинге социальной ответственности российских компаний, составленном в конце 2006 года, первую десятку составили представители топливно-энергетического комплекса (ТЭК) и металлургии [5], так же выглядели рейтинги в последующие годы [6]. Большая часть расходов на социальную ответственность шла от получателей сверхдоходов – естественных монополий или тех, кто был связан с сырьевым экспортом. В отраслях, которые не могли рассчитывать на сверхприбыли, о социальной ответственности часто не было и речи: например, с 2002 по 2010 год аварии на угольных шахтах России с человеческими жертвами случались ежегодно, чему виной плачевное состояние безопасности труда из-за выжимания прибыли.

Компании жаловались на пробелы в законодательстве. Предпринимательские объединения лоббировали введение налоговых льгот, аргументируя, что это увеличило бы объемы благотворительности. Например, пожертвования физлицам, как того требовало законодательство, из прибыли, после уплаты налога на прибыль в дальнейшем облагались НДФЛ [7].

После 2012 года в развитии социальной ответственности бизнеса в России наступил застой. В российской практике КСО за последнее десятилетие не появилось ничего принципиально нового. В 2022 году О.В. Андреева указывала, что «лидерами корпоративной благотворительности выступают нефтегазовые компании... почти все остальное приходится на 30 крупнейших компаний» – то есть, состав корпоративных меценатов не поменялся [8]. Для понимания главной причины застоя необходимо рассмотреть условия, в которых формировались идеи КСО на Западе.

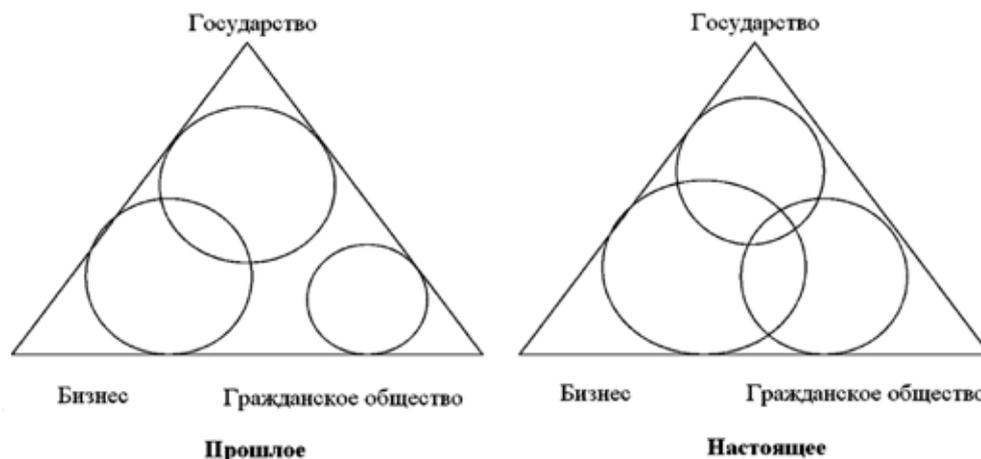
Теоретические основы идеи КСО в 50-е–70-е гг. формировались в США, где государство не было так вовлечено в регулирование трудовых отношений и финансирование социальной сферы, как в Европе, поэтому у бизнеса было огромное поле для проявления социальной ответственности. Это не только сыграло роль в развитии благотворительности и других форм социальной ответственности в США, но и, как считают Дж. Мун и Д. Фогель, сформировало высокий уровень вовлеченности американских граждан в общественную жизнь и их готовность к филантропии, а также утвердило их в скептицизме относительно государства

и в уверенности в нравственной ценности рынка [9].

М. Агудело, Л. Йохансдоттир и Б. Давидсдоттир обращали внимание на влияние культуры протеста конца 60-х годов на развитие идей КСО в 70-х. Протесты, темой которых первоначально были гражданские права и движение за мир, развились в движение против истеблишмента, частью которого был крупный бизнес. Банки и корпорации, которые, виделись бенефициарами войны во Вьетнаме, стали мишенью протестов и обвинений, что сыграло роль в теоретической переоценке социальной роли бизнеса [10].

В условиях глобализации развитие стало настолько динамичным, что государство уже не могло эффективно регулировать все стороны социально-экономических отношений. Все большую роль играли гражданские инициативы, некоммерческие объединения, международные организации. Давление со стороны экологических движений продвигало принципы устойчивого развития и заставляло компании включать в отчетность метрики корпоративной устойчивости. Появилось понятие «социально ответственного потребителя»: исследование Roper Starch Worldwide и Cone Communications от 1993 года показало, что 51% потребителей в США был согласен заплатить больше за продукцию бренда, который ассоциирует себя с важными для них ценностями [11].

М. ван Марревийк показывал на примере «треугольника отношений», что современный этап развития КСО характеризуется значительным ростом влияния институтов гражданского общества (рисунок) [12].



*Отношения между государством, бизнесом и гражданским обществом*

Таким образом, развитие гражданского общества в России является необходимым условием для дальнейшего развития КСО. Однако оно искусственно остановлено, потому что все экономические и социальные задачи российского государства полностью подчинены консервации существующего режима. Одним из главных препятствий развития гражданского общества стало внесение в 2012 году в законодательство об НКО статуса иностранного агента. Иностранцем агентом может стать НКО, за исключением политических партий, которая «участвует в политической деятельности», то есть пытается оказать влияние на государственную политику, действия и решения властей любого уровня путем дискуссий, выступлений, публичных обращений и распространения мнений. Фактически это запрет для НКО любой критики властей. Первоначально условием получения статуса иностранного агента было иностранное финансирование, после поправок 2021 года это уже не обязательно.

Затрудняя развитие гражданского общества, власть также ограничивает экономическую и политическую роль бизнеса, навязывает себя в качестве арбитра между бизнесом и гражданским обществом. По данным РАНХиГС, доля государственного сектора в экономике с 2016 по 2021 год выросла с 47,3% до 56,2% [13]. В докладе Федеральной антимонопольной службы о состоянии конкуренции в РФ за 2018 год говорилось, что доля государства в экономике в 2017 году может превышать 60-70% [14]. Несмотря на звучащие много лет лозунги довести долю малых и средних предприятий (МСП) в ВВП до 50%, как в большинстве развитых стран, в 2019 году на российские МСП приходилось лишь 21,9% ВВП [15].

Бизнес в целом подчинился государственному давлению. ТПП и РСПП, которые в начале 2000-х позволяли себе конфронтацию с государством, превратились в консультативные органы. Важным каналом коммуникации бизнеса и власти стал аппарат Уполномоченного по защите прав предпринимателей в России (бизнес-омбудсмена), что больше напоминает подачу челобитных (в ежегодном докладе бизнес-омбудсмена есть раздел с названием «Книга жалоб и предложений российского бизнеса»).

В коммуникации бизнеса и общества главной проблемой является отсутствие

доверия. С позиций экономической теории низкий уровень доверия среди экономических агентов увеличивает транзакционные издержки. Кризис доверия является характерной чертой России и проявляется как в межличностных взаимоотношениях, так и в отношении к социальным институтам. Это подтверждают данные исследований, проводившихся в России как отечественными, так и зарубежными социологами.

Среди стран, в которых проводится опрос «Барометр доверия» (Trust Barometer) консалтингового агентства Edelman, население России показывает очень низкий уровень доверия к социальным институтам [16]. Согласно исследованию Edelman Trust Barometer от 2022 года, в России был зафиксирован самый низкий уровень доверия к бизнесу среди всех 27 стран, в которых проводился опрос [17].

По данным Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ, уровень доверия малому и среднему бизнесу медленно растет с начала 2000-х годов, но остается низким – в 2015 гг. о доверии бизнесу заявили 23,9% респондентов, а доля тех, кто ему не доверяет, составила 33,6% [18, с. 56]. В 2016 году более 80% россиян поддерживали государственное регулирование цен на продовольствие, более половины были против участия бизнеса в здравоохранении и образовании, около 40% россиян оказались не готовы поручить бизнесу даже вывоз мусора [18].

Истоки низкого уровня доверия лежат в негативном опыте 90-х годов XX века. С начала XXI века рост доходов бюджета позволил государству наращивать социальную помощь, что конвертировалось в политическую поддержку от населения. В то же время многие эксперты высказывали мнение, что бизнес является мишенью государственного популизма, например, в 2005 году Н.В. Зубаревич заявила, что «общество натравливают на бизнес» [4]. В 2021 году бизнес-омбудсмен Б.Ю. Титов выразил ту же точку зрения: «Власти выгодно, чтобы население считало, что бизнес плохой, и было бы настроено против бизнеса. Потому что это создает некий баланс в обществе: чем хуже бизнес, тем лучше власть... Бизнес ворует, бизнес уходит, бизнес всегда – о собственной шкуре, а не о народе. Поэтому... лучше мы поставим государственный институт» [19].

Все чаще в конфликтах бизнеса и гражданского общества используется риторика, которая выставляет оппонента противником государственных интересов с целью вызвать жесткую силовую реакцию властей. Так, во время экологического протеста у шихана Куштау в 2020 году Генеральный директор Башкирской содовой компании Э. Давыдов высказался в адрес протестующих: «...они остановят российских стекольников, металлургов, производство химической продукции, оборонный комплекс... Они хотят уничтожить нашу промышленность!.. Сегодня мы стоим здесь и защищаем свой завод, свой город, свою страну!» [20].

Появилась тенденция приравнивать социальную ответственность бизнеса к реализации государственных программ. В мае 2023 года в СМИ был растиражирован заголовок: «Национальная премия «Наш вклад» отметила лидеров социально ответственного бизнеса и НКО в России». Вклад лауреатов в социальную ответственность заключался в участии «в достижении национальных целей и реализации нацпроектов» [21]. Представление, что для развития КСО необходимо государственное давление, распространена и среди отечественных исследователей. Например, О.В. Андреева считает, что слабое развитие КСО в России связано с «низкой степенью осознанности управленцев», и надеется, что к расширению роли КСО приведет «взаимодействие государства и предпринимателей» [8]. Конечно, «не только государство может способствовать развитию культуры КСО, но и, например, кредитные учреждения» [8]. Развитие социальной ответственности бизнеса под давлением активистов, общественных движений и гражданских инициатив из уравнения исключается.

Необходимо отметить положительные изменения в сфере КСО в законодательстве. В 2019 году был законодательно оформлен статус социального предпринимательства. В 2020 году налоговое законодательство предоставило возможность учитывать средства, переданные СО НКО, как внереализационные расходы, уменьшая налогооблагаемую базу. Пожертвования для СО НКО стали наиболее выгодной формой благотворительности. Правда, данная новация касается лишь СО НКО, внесенных в специальный государственный реестр, первая версия которого вызвала серьезные нарека-

ния: в нем оказались даже государственные организации, но «не попали десятки тысяч структур, куда больше подходящих под критерии социальной ориентированности» [22]. К сожалению, льгот для других направлений благотворительности в законодательстве не появилось.

В ближайшем будущем можно ожидать расхождение между международными и отечественными практиками корпоративной социальной ответственности, поскольку все больше новаций в этой области будут считаться не соответствующими традиционным ценностям. Примером является скептическое отношение властей к «зеленой энергетике», из-за чего эта сфера в России практически не развивается. Уменьшится потребность в составлении отчетности по КСО и корпоративной устойчивости, поскольку доступ к внешним рынкам и инвестициям затруднен. Возможен и отказ от международных метрик и стандартов КСО – как уже звучат предложения отказаться от международных стандартов финансовой отчетности и разрабатывать собственные, обеспечивающие «экономическую безопасность страны» [23].

### Заключение

Развитие КСО в России можно условно разделить на два этапа. С 1999 по 2012 гг. сфера КСО развивалась достаточно быстро: заимствовались международные практики, появились документы, метрики и стандарты отчетности по КСО и устойчивому развитию, расширялась сеть НКО, как посредников между бизнес-меценатством и обществом. Однако развитие социальной ответственности затронуло лишь небольшую часть бизнеса. Отрицательную роль играло несовершенство законодательства и отсутствие налоговых льгот.

С 2012 года развитие КСО в России оказалось в застое. Государство заинтересовано в социальной ответственности бизнеса, что отразилось в совершенствовании налогового законодательства. Однако политические препятствия развитию гражданского общества лишают бизнес стимулов для совершенствования практик КСО. Государственное же давление с целью принуждения к КСО противоречит его сущности: социальная ответственность может быть только добровольной, а государственное принуждение к расходам на КСО экономически является формой налогообложения.

*Библиографический список*

1. Послание Президента Российской Федерации от 10.05.2006 г. Официальный сайт Президента России. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/23819/page/1> (дата обращения: 27.08.2023).
2. Чумаков К. Вольский: как поднять экономику России? Интернет-портал «Российской газеты». [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2004/06/15/volsky.html> (дата обращения: 27.08.2023).
3. Яковлева Е. Как понимают россияне социальную ответственность бизнеса. Интернет-портал «Российской газеты». [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2004/07/09/socotvetstvenost.html> (дата обращения: 27.08.2023).
4. Бизнес в общем-то хочет выращивать мозги. ИД «Коммерсантъ». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/599280> (дата обращения: 27.08.2023).
5. Иванов М. В России опубликован первый рейтинг корпоративной ответственности. Интернет-портал «Российской газеты». [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2006/11/16/reputaciya.html> (дата обращения: 27.08.2023).
6. Смирнова Е.В. Корпоративная социальная ответственность бизнеса: отношение власти и общества // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2012. Т. 8, № 39(180). С. 10-14.
7. Компании не спешат сообщать суммы, потраченные на благотворительность. Интернет-портал «Российской газеты». [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2007/01/30/blago.html> (дата обращения: 27.08.2023).
8. Андреева О.В. Корпоративная социальная ответственность: финансовый аспект // Фундаментальные исследования. 2022. № 3. С. 13-18.
9. Moon J., Vogel D. Corporate social responsibility, government and civil society // Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility. Oxford University Press. 2008. P. 303-319.
10. Latapí Agudelo M.A., Jóhannsdóttir L., Davídsdóttir B. A Literature Review of the History and Evolution of Corporate Social Responsibility // International Journal of Corporate Social Responsibility. 2019. № 4 (1). [Электронный ресурс]. URL: [https://www.researchgate.net/publication/330563745\\_A\\_literature\\_review\\_of\\_the\\_history\\_and\\_evolution\\_of\\_corporate\\_social\\_responsibility](https://www.researchgate.net/publication/330563745_A_literature_review_of_the_history_and_evolution_of_corporate_social_responsibility) (дата обращения: 27.08.2023).
11. Boulstridge E., Carrigan M. Do Consumers Really Care About Corporate Responsibility? Highlighting the Attitude-Behavior Gap. // Journal of Communication Management. 2000. № 4(4). P. 355-368.
12. Van Marrewijk M. Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: between Agency and Communion // Journal of Business Ethics. 2003. Vol. 44. № 2/3. P. 95-05.
13. Прохорова С., Деготькова И. Как доля государства в экономике России превысила 50%. Инфографика. Сетевое издание «РБК». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/economics/11/05/2023/645b94f89a794700cb727aa5> (дата обращения: 27.08.2023).
14. Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2018 год. Федеральная антимонопольная служба. [Электронный ресурс]. URL: <https://fas.gov.ru/documents/685117> (дата обращения: 27.08.2023).
15. Агеева О. Росстат раскрыл сложности с оценкой вклада малого бизнеса в экономику. Сетевое издание «РБК». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/economics/31/10/2019/5db9abe99a794773c1fbd2e0> (дата обращения: 27.08.2023).
16. Авдеева Д.А. Доверие в России и его связь с уровнем экономического развития // Общественные науки и современность. 2019. № 3. С. 79-93.
17. 2022 Edelman Trust Barometer // Daniel J. Edelman Holdings, Inc. [Электронный ресурс]. URL: <https://edl.mn/3rqOlX0> (дата обращения: 16.08.2023).
18. Козырева П.М., Смирнов А.И. Население и бизнес: дефицит доверия, его причины и последствия // Полис. Политические исследования. 2017. № 1. С. 53-69.
19. «Мы уже опять в СССР одной ногой». ИД «Коммерсантъ». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5100344> (дата обращения: 27.08.2023).
20. Рабочие БСК потребовали не препятствовать геологоразведке на Куштау. Акционерное общество «Башкирская содовая компания». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.soda.ru/ru/news/detail/1460/> (дата обращения: 27.08.2023).
21. Национальная премия «Наш вклад» отметила лидеров социально ответственного бизнеса и НКО в России. Сетевое издание «Комсомольская правда». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kp.ru/daily/27508.5/4769138/> (дата обращения: 27.08.2023).
22. И. Бегтин. Незачет по НКО: чем плох реестр социально ориентированных организаций. Сетевое издание «РБК». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/opinions/society/17/06/2020/5ee8ce139a79479edce77585> (дата обращения: 27.08.2023).
23. Поленова С.Н. Нормативно-правовое регулирование состава запасов коммерческой организации и его последствия // Аудитор. 2021. Т. 7, № 5. С. 24-29.