

А.Е. ЗОРИНА, А.В. МОЗГОВАЯ

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ РИСКИ В СФЕРЕ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Аннотация. В статье раскрывается методологический потенциал концепции ответственности в сфере регулирования экологических рисков в сообществах, проживающих в непосредственной близости от предприятий, производственный процесс которых характеризуется технологическими рисками. Вводится понятие эколого-экономического противоречия, раскрываются условия его формирования, субъекты, способы проявления. Анализируются зарубежные и отечественные подходы к пониманию ответственности бизнеса, стратегии и практики реализации принципов социальной ответственности бизнеса. На материалах конкретного социологического опроса проводится сравнительный анализ позиций градообразующего предприятия и местного сообщества в отношении сохранения окружающей среды и здоровья населения.

Ключевые слова: экологические риски, эколого-экономическое противоречие, социальная ответственность, бизнес-сообщество.

Постановка проблемы

Социология риска имеет существенные достижения как в области теоретической рефлексии, так и в сфере эмпирических исследований. Методологические принципы таких концепций, как устойчивое развитие и стратегические риски, успешно выполняют свою объяснительную и прогностическую функцию при анализе процессов на глобальном и региональном уровнях. Концепция устойчивого развития

Зорина Анна Евгеньевна — научный сотрудник сектора проблем риска и катастроф Института социологии РАН. **Адрес:** 117218, Москва, ул. Кржижановского 24/35, корп. 5. **Телефон:** 8 (499) 128-76-51.

Электронная почта: annacur@yandex.ru

Мозговая Алла Викторовна — кандидат философских наук, руководитель сектора проблем риска и катастроф Института социологии РАН. **Адрес:** 117218, Москва, ул. Кржижановского 24/35, корп. 5.

Телефон: 8 (499) 128-76-51. **Электронная почта:** mozgovai@isras.ru

базируется на трех составляющих: экономической, экологической, социальной. Главная цель устойчивого развития — обеспечение баланса природного и социально-экономического компонентов в среде обитания человека, разрешение конфликта между экономической эффективностью и справедливым распределением ограниченных ресурсов. Функция справедливого распределения отводится государственным структурам и институтам, а максимизация доходов, эффективное производство — прерогатива рынка.

Однако концепция устойчивого развития, являясь общеметодологической, носит слишком абстрактный характер для изучения научных проблем и решения управленческих задач на локальном уровне, в территориальных сообществах. Более адекватным и продуктивным в данном случае представляется методологический потенциал концепции ответственности, в которой проявляется прикладное значение идеи устойчивого развития посредством совмещения экономических, экологических и социальных интересов таких субъектов, как предпринимательство и местное сообщество. Особенно актуальна концепция ответственности при изучении процессов в сообществах, проживающих в непосредственной близости от предприятий, производственный процесс которых характеризуется технологическими рисками. Наш опыт показывает, что зачастую в таких сообществах формируется социальная ситуация, которой мы присвоили обозначение эколого-экономического противоречия [7].

Эколого-экономическое противоречие формируется вследствие несовпадения логики развития экономической сферы той или иной территории и интересов сохранения здоровья населения и окружающей природной среды. Проявляется оно через конфликт между такими базисными ценностями, как право граждан на благоприятную окружающую среду и охрану здоровья, с одной стороны, и стремлением отдельных лиц и групп населения к экономической выгоде любой ценой — с другой. Предприятие в таких ситуациях становится субъектом — производителем риска, а сообщество — потребителем риска. Чаще всего такая ситуация складывается в так называемых моногородах, причем острота ее зависит от целого ряда обстоятельств. Как уже отмечалось, концепция устойчивого развития при изучении процессов на уровне общности преломляется через инструментальный потенциал концепции ответственности, через повседневные нормы, стереотипы, установки, механизмы жизнедеятельности.

Прежде чем проиллюстрировать это положение на конкретном эмпирическом материале, представим краткий анализ подходов к пониманию сущности ответственности, субъектом которой является предпринимательство, бизнес.

Подходы к пониманию ответственности бизнеса

Прежде всего отметим, что информационно-аналитическая работа выявила факт отождествления ответственности как общенаучного понятия и терминов социальной ответственности, социальных обязательств бизнеса, социального партнерства бизнеса и общества в тех подходах, которые направлены на исследование взаимоотношения двух этих сфер.

Считается, что понятие социальной ответственности бизнеса в его современном смысле введено на Всемирном саммите 1992 года в Рио-де-Жанейро, когда ряд транснациональных компаний, объединившихся под именем Всемирного Делового Совета по Устойчивому Развитию (*World Business Council for Sustainable Development*) предложили программу саморегулирования.

Европейская комиссия дает такое определение: социальная ответственность бизнеса — это концепция, которая отражает добровольное участие компаний в улучшении условий жизни общества и защите окружающей среды. Представители организации «Бизнес для социальной ответственности» (БСО, *Business for Social Responsibility*)¹ определяют корпоративную социальную ответственность как достижение коммерческого успеха путями, которые опираются на ценность этических принципов и уважение людей, сообществ и окружающей среды. На заседаниях Международного форума бизнес-лидеров²

¹ Эта негосударственная структура образована в 1992 году как альянс примерно 50 компаний, бывших как коммерчески успешными, так и социально ответственными. Многие из них были малыми и средними. Когда противоречия между глобализацией и правами человека, обществом и окружающей средой стали влиять на финансовые рынки, крупные корпорации в поисках экспертных советов и ресурсов также присоединились к организации, чтобы эффективно решать стоящие перед ними задачи. Сегодня члены БСО имеют почти 2 трлн \$ дохода ежегодно и более 6 млн сотрудников во всем мире. Организация открыта для любых компаний, работает как с лидерами в данном направлении, так и с теми, кто только начинает свое движение к социальной ответственности, тщательно отбирая лучшие примеры и учитывая общие потребности.

² Международный деловой форум лидеров (МДФЛ, *The International Business Leaders Forum*) — это некоммерческая организация, созданная в 1990 году, чтобы способствовать продвижению ответственных деловых решений бизнеса и получать выгоду от этого для всего общества. МДФЛ помогает компаниям формировать лидерство в соответствии с ответственной деловой практикой. Акцентирует внимание на следующих сферах деятельности бизнеса:

1) деловые стандарты и общее управление; 2) образование и развитие человеческого потенциала; 3) права человека, стандарты труда и предотвращение трудовых конфликтов; 4) экономическое развитие; 5) улучшение здоровья, рабочие места и окружающая среда.

говорилось о социальной ответственности как о продвижении практик ответственного бизнеса, которые приносят пользу и бизнесу и обществу, способствуя социальному, экономическому и экологически устойчивому развитию путем максимизации позитивного и минимизации негативного влияния бизнеса на общество [12].

Разнообразие трактовок анализируемого термина свидетельствует о многообразии концептуальных подходов к сущности социальной ответственности бизнеса или корпорации. Рассмотрим основные.

Традиционный, или узкий экономический подход, получивший наименование «теория корпоративного эгоизма». Большинство представителей данного направления являются экономистами. Согласно подходу, деловые организации служат интересам своих собственников, значит, первостепенная задача менеджеров — наемных служащих — заключается в том, чтобы вести бизнес в соответствии с их желаниями. Отсюда следует, что истинная роль бизнеса состоит «в использовании его энергии и ресурсов в деятельности, направленной на увеличение прибыли, при условии, что он придерживается правил игры... [и] участвует в открытой конкурентной борьбе, не прибегая к мошенничеству и обману» [9, с. 47]. Таким образом, считается, что организация реализует социальную ответственность, соблюдая законы и предписанные правила ведения бизнеса. Сторонником такого подхода в российской правительственной элите можно считать бывшего министра финансов РФ А.Л. Кудрина: «Первое — это уплата налогов, честно, не через офшоры. Второе только после уплаты всех налогов — это меценатство, благотворительность... третье — поддержка бизнесом тех политических сил, которые заботятся о развитии страны, в том числе и демократизации» [цит. по: 2, с. 22].

Этический подход сформулирован П. Друкером. Он утверждал, что любая деятельность компании имеет социальный аспект, выраженный в первую очередь в ответственности за результаты своей деятельности и сохранение свобод личности [25]. Большинство представителей данного направления — менеджеры. Суть его заключается в признании того, что организация в целом имеет обязательства этического характера перед определенными группами заинтересованных лиц.

Социально-этичный (утвердительный) подход сформировался в 1960–1970-е гг. под влиянием философско-этических воззрений ряда теоретиков: К. Левина, Э. Шайна, Г. Минцберга и др. Согласно ему, менеджеры и сотрудники организации отвечают за сбалансированное следование экономическим интересам организации и владельцев, а также глобальным общественным интересам. Сущность этого подхода состоит в утверждении, что организации должны нести добровольные обязательства перед обществом и направлять часть своих средств на его совершенствование [3].

Теория «корпоративного альтруизма». Данный подход противопоставлен теории «корпоративного эгоизма». Он был предложен Комитетом по экономическому развитию США в 1953 году. В рекомендациях комитета указывалось, что корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества жизни общества. Ответственность бизнеса в данном случае трактуется расширительно. Помимо конкретных социальных обязательств, сюда же включается участие в различных благотворительных и социальных проектах. Стоит заметить, что в этом случае компания (как бизнес-организация) рассматривается в качестве социальной общности, в рамках которой происходит сотрудничество собственников с менеджерами, поставщиками и персоналом, а также потребителями и представителями общественности. Результат такого эффективного сотрудничества и выражается в социальной ответственности [10].

Теория «разумного эгоизма» — одна из самых сильных «центристских» теорий, согласно которой, направляя деньги на социальные и филантропические программы, корпорации сокращают свои текущие прибыли, но в долгосрочной перспективе создают благоприятное социальное окружение, способствующее устойчивости производства и, соответственно, прибыли [16]. Позиция А. Керолла, одного из ведущих мировых специалистов в области отношений бизнеса и общества, заслуживает отдельного рассмотрения. Его теория социальной ответственности бизнеса представляет собой синтез вышеупомянутых подходов. По его мнению, корпоративная социальная ответственность является многоуровневой, и представить ее можно в виде пирамиды (см. рис.).



Рис. Пирамида социальной ответственности, по А. Кероллу

В основание пирамиды А. Керолл помещает экономическую ответственность. По его мнению, именно она определяется базовой

функцией компании на рынке как производителя товаров и услуг, позволяющих удовлетворять запросы потребителей и, соответственно, извлекать прибыль. Правовая ответственность подразумевает необходимость законопослушности бизнеса в условиях рыночной экономики, соответствие его деятельности ожиданиям общества, фиксированным в правовых нормах. Этическая ответственность требует от деловой практики соответствия тем ожиданиям, которые не оговорены юридически, но основаны на существующих нормах морали. Филантропическая ответственность побуждает фирму к действиям, направленным на поддержание и развитие благосостояния общества через добровольное участие в реализации социальных программ. Принципиально важна соподчиненность уровней: этический бизнес, например, — не тот, который в той или иной форме занимается благотворительностью, а тот, где стандартные трансакции удовлетворяют не только экономическому и правовому, но и этическому критерию [24].

Для каждой бизнес-организации общество представляет собой систему заинтересованных сторон — это индивидуумы, группы и организации, которые влияют на принимаемые компанией решения и (или) оказываются под их воздействием. Каждая из заинтересованных сторон, в свою очередь, предъявляет бизнесу экономические, правовые, этические и филантропические ожидания.

Керолл связывает филантропическую ответственность с исполнением долга гражданина; этическую — с обязанностями делать то, что правильно и справедливо, и избегать нанесения вреда; правовая ответственность понимается как соблюдение закона — общественно значимой кодификации правильного и ложного; экономическая ответственность раскрывается через понятие полезности.

Среди исследований социальной деятельности бизнеса в отечественной науке можно выделить несколько направлений: эволюция отношений корпораций, общества и государства (С. Перегудов) [8]; виды и масштабы социальной поддержки, роль социальных программ в деятельности предприятий (Л. Хахулина) [17]; общественные ожидания в отношении корпоративной социальной ответственности (С. Литовченко) [5]; влияние социальной политики бизнеса на социальную дифференциацию в обществе (М. Черныш, Е. Иванова) [18, 19]; восприятие социальной роли и социальной ответственности бизнеса различными группами населения (М. Горшков, А. Лебедев) [11]; исследование реальных практик поведения бизнеса на поле социальной политики (А. Чирикова) [1; 6; 20; 21; 22].

Российские исследователи отмечают, что интерпретация понятия социальной ответственности представителями как бизнеса, так и обществ, отличается противоречивостью и неоднозначностью, а также сильной «моральной нагруженностью». К примеру, И. Шмерлина,

анализируя материалы экспертных интервью, подчеркивает, что наиболее распространенной является трактовка взаимодействия бизнеса с социумом в контексте «социального покаяния», «искупления грехов», и связано это с фундаментальными установками сознания россиян [23]. Обобщая экспертные мнения, она выделяет два понимания социальной ответственности бизнеса: юридическое (формальное) и морализаторское. Сторонники первого говорят о выполнении им своей непосредственной, целевой деятельности: производстве качественных товаров и услуг, уплате налогов, поощрении ответственности работников. Сторонники второго — о благотворительности, поддержке социально направленных проектов.

Стратегии реализации бизнесом принципов социальной ответственности

В настоящее время выделяются два практических подхода, модели построения социально ответственного поведения: американская и европейская.

В первом подходе преобладает уклон в филантропию, то есть компания делится частью прибыли, инвестируя ее в общественно-полезные инициативы, например благотворительные. И чем труднее проследить связь между подобными «вложениями» компании и достижением ее бизнес-целей, тем лучше. Но и при сокращении бюджета такая деятельность будет свернута в первую очередь.

Такая модель поведения компании близка населению, общественным организациям и персоналу, поскольку позволяет воспринять ее как «жителя» города, района или округа. И кроме того, с точки зрения инвестора, участие компании в благотворительности характеризует ее как социально устойчивую, и значит, более привлекательную для вложений. Среди минусов этого подхода можно назвать распространенное убеждение, что компания, активно вкладывающая в благотворительность, таким образом «расплачивается» за участие в скандалах или махинациях или отмывает деньги.

Согласно европейскому подходу, социально ответственная деятельность компании связана с достижением бизнес-целей и является частью стратегии создания ее добавочной стоимости. Все инициативы, финансируемые компанией, имеют самое прямое отношение к генерации прибыли и реализации продукции. Наиболее популярными объектами инвестиций в рамках этого подхода могут быть: персонал компании, развитие муниципальных образований, природоохранная деятельность, развитие науки, образования и технологий, благотворительные вложения с участием сотрудников компании, программы приведения ее деятельности в соответствие с мировыми отраслевыми стандартами. Такой подход подразумевает экономическое обоснование социальных инициатив и их интеграцию в стратегию развития

компании. Для инвестора, оценивающего социально ответственное поведение компании, это является плюсом, так как ее деятельность может быть сведена к измеримым результатам.

К минусам следует отнести то, что компании придется привести свою деятельность в соответствие со стратегией социально ответственного поведения и разработать механизмы вычисления экономического эффекта. Также компании будет труднее выбрать объекты инвестиций, поскольку она концентрируется только на приоритетных для себя социальных сферах.

В самом общем виде среди всех стратегий реализации социальной ответственности бизнеса можно выделить три направления. Первое — это забота бизнеса о своих непосредственных стейкхолдерах (или заинтересованных сторонах) — сотрудниках, акционерах, поставщиках и т. д. Здесь его роль состоит в реализации социальных программ, направленных на коллектив; выработке хартий и этических кодексов; экологических и социальных проектах в регионах присутствия. Второе — это краткосрочное, тактическое взаимодействие государства, общества и бизнеса. Оно осуществляется через совместные программы, например через культурные инициативы, которые государство реализует по запросу общества и в которых бизнес участвует в качестве партнера или спонсора. Третье — это долгосрочные (социальные) инвестиции. Сегодня именно социальные инвестиции привлекают особое внимание бизнеса, поскольку подразумевают осознанную, стратегическую, целенаправленную и долгосрочную политику компании, приносящую всем взаимные выгоды.

В последние годы наблюдается распространение такого феномена, как «социально ответственное инвестирование» (*socially responsible investment, SRI*): инвестиционные компании вкладываются в предприятия с высокими показателями социальной активности. Оформились три основных метода подобного инвестирования: «избегание зла», «покупка добра» и акционерный активизм [4].

Избегание вложений в определенные отрасли или компании является старейшим методом «благородных» инвестиций. Обычно в «черный список» попадают такие отрасли, как производство табака, алкоголя, порнографии, вооружений; атомная энергетика, азартные игры. А также — компании, которые дискриминируют кого-либо по какому-либо признаку или пропагандируют сомнительные, с точки зрения инвесторов, ценности. Такая политика кажется довольно простой и прямолинейной, однако проблема здесь в том, что большинство крупных компаний являются конгломератами, вовлеченными в самые разнообразные отрасли.

Например, в 1998 г. Совет по образованию штата Техас продал акции компании *Walt Disney* на общую сумму в 43 млн долларов, поскольку ее дочерняя компания, *Miramax Films*, снимает фильмы, в

которых содержатся элементы «эротики, насилия, бранной речи... что должно послужить для Migaмах индикатором того, что общественность уже достаточно натерпелась от их фильмов» [4]. При этом, разумеется, в первую очередь пострадала сама компания *Disney*, пропагандирующая в своих фильмах и мультфильмах прямо противоположные ценности.

«Покупка добра», или «белый список» — относительно новый метод социального инвестирования, когда инвесторы искусственно ограничивают для себя выбор компаний, которые могут стать получателями их денег. Этому способствовало, к примеру, появление специальных фондовых индексов социальной ответственности, таких как *FTSE4Good* и *Dow Jones Sustainability Index*, а также обязательства по публикации данных о социальной отчетности, наложенные британским правительством на пенсионные фонды.

Еще один популярный способ — акционерный активизм, попытки инвесторов активно вмешиваться в управление бизнесом, лоббирование мер по коррекции политики компании с тем, чтобы сделать ее более социально ответственной.

На российских предприятиях, по утверждению исследователей, сформировались три типа стратегии реализации социальной ответственности: предоставление пакетов социальных компенсаций, поддержка социальной инфраструктуры и комплексная стратегия, сочетающая вложения в инфраструктуру и частичную монетизацию льгот [6].

Первой стратегии придерживаются около 15% опрошенных руководителей и собственников. Она предполагает предоставление работникам, наряду с зарплатой, социальных выплат или социального пакета, предположительно покрывающего расходы на отдых, лечение, оплату путевок. Пакет таких компенсаций может различаться для разных групп персонала, но он освобождает предприятие и его руководство от необходимости содержать социальную инфраструктуру. Сторонники этой стратегии убеждены, что она является единственной, в полной мере отвечающей требованиям рынка [6, с. 30].

Стратегия вложений в социальную инфраструктуру нашла поддержку у 25% опрошенных. Руководители отмечают, что она помогает им в привлечении высококвалифицированных кадров, которые сегодня в большом дефиците [6, с. 33].

Наиболее востребованной в российском бизнес-сообществе становится комплексная стратегия — ее придерживаются 55% опрошенных. Эта стратегия сегодня является вынужденной, и пока альтернативы ей не существует. Хотя некоторые руководители предприятий отмечают, что она экономически просчитана: содержать инфраструктуру в ряде случаев оказывается более экономично, чем выплачивать компенсации всем работающим [6, с. 35].

Таким образом, если в начале 2000-х гг. отечественный бизнес не знал, что такое «социальная ответственность» и действовал только в рамках социальной политики по отношению к персоналу (социальные инвестиции) или наследия «социалки» СССР [13; 23], то сейчас у многих крупных предприятий есть если не четкое видение данного направления, то хотя бы представление о штрафных санкциях, которые ждут их в случае несоблюдения законодательства.

Сопоставляя различные подходы, можно сказать, что все они имеют под собой достаточную базу, все правомерны и отражают различные аспекты процесса взаимосвязи общества, государства, предприятия и местного сообщества.

Градообразующее предприятие и местное сообщество в контексте реализации концепции социальной ответственности

Анализируя сущность эколого-экономического противоречия, мы отмечаем, что основными его субъектами являются предприятие (бизнес) и местное сообщество. Чаще всего такая ситуация складывается в городах с монопроизводством, от которого и ожидают социально ответственного поведения, понимая его содержание зачастую совсем не так, как само предприятие.

По мнению А. Чириковой, включенность градообразующих предприятий в содержание социальной инфраструктуры территорий является «...результатом глубоко укоренившегося в сознании чиновников и населения представления о том, что бизнес обязан помогать власти в деле реализации социальных программ, способствуя развитию той территории, из которой он черпает свои доходы...» [20, с. 13].

Тем не менее такие предприятия сами имеют возможность оказывать давление на власть и определить степень и условия своего участия в социальной политике, поскольку часто обладают огромными ресурсами и фактически содержат объекты социальной сферы, патронируют социальные программы, на реализацию которых у местной власти может не быть денег [20, с. 14].

Конкретно градообразующие предприятия вкладывают средства в следующие направления:

- содержание и развитие социальной инфраструктуры, как внутри компании, так за ее пределами;
- строительство храмов;
- развитие образования;
- предоставление медицинских и рекреационных услуг работникам;
- поддержка социально незащищенных слоев населения;
- поддержка программ развития детей и молодежи;
- финансирование программ, направленных против наркотизации и алкоголизма;
- спонсирование культурных и спортивных мероприятий [20, с. 15].

Обращает на себя внимание то обстоятельство, что наиболее распространенные стратегии реализации социальной ответственности не включают в себя экологическую составляющую. Представляется целесообразным рассмотреть в формате анализа случая именно эту составляющую на примере общности — территории размещения предприятия с потенциально рискованным производством. В нашем распоряжении имеются базы данных нескольких опросов³ в одной из типичных общностей — г. Электросталь с градообразующим предприятием ОАО «Машиностроительный завод». Это одно из крупнейших предприятий страны. ОАО «МСЗ» входит в структуру топливной компании «ТВЭЛ» Госкорпорации «Росатом», является одним из ведущих мировых производителей и поставщиков ядерного топлива для атомных электростанций.

Нами проанализирован сайт компании. У всех предприятий, входящих в структуру Госкорпорации «Росатом», в том числе и у ОАО «МСЗ», сайт сделан по единому образцу. Там есть раздел «Соответственность», который включает такие подразделы, как промышленная и экологическая безопасность, охрана труда и здоровья, охрана окружающей среды и социальные программы. Мы не нашли на сайте, как руководство предприятия для себя определяет «социальную ответственность», есть только ссылка на социальную политику [15].

В полном объеме соблюден формальный подход: прописаны все составляющие ответственности, которую несет предприятие по нормативным документам Российской Федерации (Конституция РФ, Федеральный закон об охране окружающей среды, Федеральный закон об отходах производства и потребления, Федеральный закон об охране атмосферного воздуха).

Предприятие декларирует не только правовую и экономическую ответственность, по Кероллу [24], но и филантропическую и этическую.

³ Опрос выпускников проведен в 2007 г.; количество респондентов — 138; опросы населения и работников градообразующего предприятия проведены летом 2014 г. Массивы, принятые к обработке, составляют: для населения 2198 респондентов; для работников предприятия — 288. Цель исследований — изучить оценки респондентами состояния окружающей среды, влияния промышленных предприятий на здоровье и социальное самочувствие населения. Во всех исследованиях формировались многоступенчатые районированные выборки со случайным отбором единиц наблюдения на полевом этапе. Инструментарий разработан авторами статьи совместно с Е.В. Шлыковой и при участии Б.А. Ревича. Опросы проводились под руководством и при непосредственном участии авторов статьи; использованы методы аудиторного интервью (выпускники, частично работники предприятия) в сочетании с интервью «лицом к лицу».

Это и сотрудничество с общественными экологическими организациями, научными и социальными институтами, населением; различные социальные программы:

- негосударственное пенсионное страхование;
- добровольное медицинское страхование и страхование от несчастных случаев и болезней на производстве;
- санаторно-курортное лечение и отдых сотрудников и их детей;
- жилищная программа;
- поддержка ветеранов и пенсионеров предприятия;
- организация культурных и спортивных мероприятий;
- молодежная программа;
- материальная помощь работнику.

Можно сделать вывод, что ОАО «МСЗ» декларирует свою ответственность в экономическом, юридическом, этическом, филантропическом аспектах, а также и в направлении охраны окружающей среды (экологический аспект). Так, обосновывая свою позицию, ОАО «МСЗ» подчеркивает: «Главными стратегическими целями в области экологии являются обеспечение экологически безопасного и устойчивого развития ОАО «МСЗ», минимизация негативного воздействия производства и эксплуатации ядерного топлива на окружающую среду. Руководители и персонал предприятия считают обеспечение экологической безопасности и охраны окружающей среды одним из высших приоритетов деятельности ОАО «МСЗ», осознанной обязанностью каждого работника»⁴.

Интересно сопоставить эти декларации с восприятием реальной ситуации жителями территории, с их оценками, установками. Данные, которыми мы располагаем, позволяют произвести сравнительный анализ трех категорий респондентов по ряду показателей в отношении окружающей среды: населения города, выпускников средних школ и работников предприятия.

Следует отметить, что явного, остро проявляющегося эколого-экономического противоречия в городе не наблюдается. Однако показателем наличия проблемной ситуации является, в частности, связь между плохим самочувствием людей и состоянием окружающей среды. Так, из оценивающих свое здоровье как хорошее (50%) и неплохое (46%) выпускников Электростали, тем не менее, 37% отмечают, что лично чувствуют неблагоприятное воздействие состояния окружающей среды на свой организм, причем среди них почти половина — девушки, будущие матери. Более половины старшеклассников намерены уехать из города, и анализ ответов на открытый вопрос анкеты показал, что основные причины этого — состояние окружающей

⁴ Экологическая политика ОАО «Машиностроительный завод», см.: [15].

среды и ее неблагоприятное воздействие на здоровье. Кроме того, более половины работников предприятия (54%) отмечают, что их здоровье за последние два-три года ухудшилось.

Предприятие декларирует особую ответственность перед жителями городского округа, так как является градообразующим. Более того, «...ОАО “МСЗ” осознает, что производство и хранение продукции, включая использование ядерных, радиоактивных и химически опасных материалов, не должно приводить к негативным изменениям в окружающей среде и отрицательно влиять на здоровье персонала и населения. Поэтому во главу угла ставится применение на действующих, вводимых и перспективных производствах только “зеленых” технологий, обеспечивающих достижение и поддержание ядерных, радиационных и всех других компонент экологической безопасности на лучшем мировом уровне.

Приоритет действий, направленных на предупреждение негативных воздействий на окружающую среду, население и персонал для ОАО “МСЗ” является неоспоримым. Все проблемы обеспечения экологической безопасности решаются на основе современных концепций анализа рисков и экологических ущербов» (см. Приложение).

Между тем 68% выпускников считают, что деятельность предприятий ядерного топливно-энергетического комплекса связана с неизбежным риском, 51% не согласны, что риск можно компенсировать деньгами или льготами, 66% не согласны с тем, что если власти утверждают, что вреда здоровью и окружающей среде от предприятия нет, то им надо безоговорочно доверять.

Интересно отметить, что порядка 46% жителей города считают реально возможным и вполне выполнимым хозяйствовать так, чтобы наносить минимальный вред природе и здоровью населения; 48% уверены, что это возможно, но в современной России невыполнимо; и только 6% считают, что это невозможно.

Степень заинтересованности проблемами защиты окружающей среды высока у всех категорий опрошенных. 80% населения города и 89% работников предприятия эти проблемы сильно интересуют. У выпускников ситуация противоречивая: 78% считают, что проблему защиты окружающей среды от загрязнения следует решать немедленно; но при этом сами экопроблемы сильно интересуют лишь 23%, что, впрочем, можно объяснить значимостью других проблем в данной группе. Сходная ситуация с распределением оценки уровня информированности о состоянии окружающей среды: хорошо информированными считают себя порядка 6% населения города и столько же работников предприятия; 25% школьников считают, что информированы достаточно.

Уровень доверия информации о состоянии окружающей среды, полученной из различных источников, в целом средний по всем группам

респондентов и по всем перечисленным в инструментарии источникам, за исключением такой категории, как специалисты и ученые-экологи: им доверяют в большей степени. Интересно, что информации от представителей предприятий не доверяют порядка 53% жителей города и 39% работников предприятия. И население, и заводчане подчеркивают, что слабо осведомлены о своих законных правах в вопросах защиты окружающей среды: таковых более 60%. Столько же респондентов (из числа горожан и работников), которые лично сталкивались с ситуациями, когда предприятия наносили вред здоровью населения и окружающей среде. Из них только около 20% обращались в различные инстанции по этому поводу, и только по 16% обращений были приняты реальные меры. Более того, порядка 65% опрошенных (как представителей населения, так и работников) считают, что на деятельность предприятия реально могут повлиять только обращения местной власти, а обращения инициативной группы, рядовых граждан, общественных организаций практически останутся без внимания. Между тем предприятие четко формулирует в своих документах позицию, согласно которой для сохранения окружающей среды необходимо объединение усилий органов государственной и муниципальной власти, предприятия и населения (см. Приложение).

Среди причин, которые могли бы побудить их лично участвовать в активных действиях в защиту своих интересов, позиций, идеалов, 30% выпускников, 48% заводчан и 72% горожан называют резкое ухудшение здоровья — своего или близких. Соответственно 35%, 36% и 14% называют разрушение природной среды, гибель животных. 73% горожан и 88% работников предприятия отмечают, что рядовые граждане должны участвовать в защите окружающей среды. 13% выпускников принимали участие в конкретных действиях в защиту окружающей среды и здоровья населения. Анализ ответов респондентов на вопрос о степени заинтересованности различных социальных субъектов в охране окружающей среды показал, что оценки в трех указанных группах практически одинаковые. Наиболее заинтересованными опрошенные считают ученых-экологов (порядка 80%), простых граждан, население (60–70%), общественные организации, движения (47–55%), правительство страны (34–39%). Наименее заинтересованными, по мнению респондентов, являются предприниматели (10–19%), районные власти (24%), специалисты-«технари», инженеры (24%).

Резюме

Специфический интерес в статье представляли аспекты взаимодействия предпринимательства и местного сообщества, в частности в ситуациях, которые имеют место в моногородах с рискованным производством. В таких условиях предприятие становится производителем, а

местное сообщество — потребителем рисков. Продуктивной методологией исследования в данных ситуациях является концепция ответственности бизнеса.

В большинстве западных подходов социальная ответственность рассматривается как способ дополнительного привлечения капитала в сферу социально-трудовых отношений. Российские исследователи отмечают, что интерпретация понятия социальной ответственности представителями как бизнеса, так и местных сообществ отличается противоречивостью и неоднозначностью, сильной «моральной нагруженностью». На российских предприятиях сформировались три типа стратегии реализации социально ответственного бизнеса: предоставление пакетов социальных компенсаций, поддержка социальной инфраструктуры и комплексная стратегия, сочетающая вложения в социальную инфраструктуру и частичную монетизацию льгот.

Наиболее распространенные стратегии реализации социальной ответственности российского предпринимательства не включают в себя экологическую составляющую. В формате анализа случая именно эту составляющую мы рассмотрели на примере ОАО «МСЗ», градообразующего предприятия г. Электросталь. Анализ документов предприятия показал, что руководство декларирует обеспечение экологической безопасности и охраны окружающей среды как один из высших приоритетов своей деятельности. Между тем лишь около 19% опрошенных горожан считают предпринимателей заинтересованными в охране окружающей среды. Информации о состоянии окружающей среды, полученной от представителей предприятия, не доверяют более половины населения.

Проблемами защиты окружающей среды интересуются более 80% населения города, а хорошо информированными считают себя всего около 6% опрошенных горожан и такая же доля заводчан. Более 60% горожан сталкивались с ситуациями, когда предприятие наносило вред окружающей среде и здоровью населения, но обращались в различные инстанции всего 20% из них.

Около 70% выпускников местных средних школ считают деятельность предприятия рискованной, не соглашаются с тем, что риск можно не согласовывать с населением и компенсировать деньгами и льготами. Более половины выпускников намерены уехать из города, и основные причины этого — состояние окружающей среды и ее неблагоприятное воздействие на здоровье.

Таким образом, социальное партнерство населения, представителей власти и градообразующего предприятия в вопросах охраны окружающей среды существует только как декларация.

Интересно отметить, что около 46% населения города при этом считают, что реально возможно хозяйствовать так, чтобы наносить минимальный вред природе и здоровью населения; до 80% считают,

что рядовые граждане должны участвовать в защите окружающей среды (реально участвуют — не более 10%); более 65% считают, что на деятельность предприятий могут повлиять только местные власти; более 60% слабо осведомлены о своих законных правах в вопросах защиты окружающей среды.

Полагаем, данные показывают, что информированность, заинтересованность, активность являются факторами, которые не только обуславливают развитие гражданского общества, но и гарантируют реализацию социальной ответственности предпринимательства, преодолевая отчужденность населения от участия в разработке жизненно важных решений.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Источник: [15].

Социальная ответственность ОАО «Машиностроительный завод» в области охраны окружающей среды

Руководство предприятия осознает, что для сохранения окружающей среды необходимо объединение усилий всех сторон — органов государственной и муниципальной власти, а также населения.

Предприятие является градообразующим, а это особая ответственность перед жителями городского округа Электросталь.

ОАО «МСЗ» принимает активное участие в работе координационного экологического совета городского округа Электросталь Московской области, созданного в 2006 году. Для сохранения и восстановления окружающей среды, благоприятной для жизни, труда и отдыха горожан, обеспечения экологической безопасности, активного участия населения в природоохранных мероприятиях в г.о. Электросталь разработан и утвержден «План мероприятий по охране окружающей среды городского округа Электросталь на 2010–2015 годы». В каждом из семи разделов Плана ОАО «МСЗ» заявлены работы, направленные на улучшение экологической ситуации в городском округе.

Не менее важным процессом в деле воплощения экологических идей предприятия является взаимодействие с общественными экологическими организациями, научными и социальными институтами и населением.

Для поддержания высокого уровня экологической безопасности производства и максимально возможного снижения негативного воздействия производства на окружающую среду, выработки и реализации научно-обоснованных решений по улучшению окружающей среды, рациональному использованию природных ресурсов ОАО «МСЗ» тесно сотрудничает на протяжении десятилетий с институтом биофизики им. А.И. Бурназяна, ГНЦ РФ НИИ ВОДГЕО, ФГУП «ВСЕГЕНГЕО», ГУП ВНИИ химической технологии, институтом минералогии, геохимии и кристаллохимии редких элементов (ИМГРЭ), ФГБУЗ ЦГиЭ №21 ФМБА России, ГНЦ РФ ФЭИ и др.

Ежегодно обеспечивается систематическое посещение и групповые выезды специалистов ОАО «МСЗ» на специализированные выставки и форумы по экологии и охране окружающей среды.

Ежегодные текущие затраты ОАО «МСЗ» на экологию составляют не менее 120 миллионов рублей, а на оплату услуг природоохранного назначения (затраты на утилизацию и переработку отходов РАО, люминесцентных ламп, переработку и размещение ТРО, прием, очистку и последующую передачу стоков на очистные сооружения) — порядка 100 миллионов рублей.

В 2013 году, посвященном Году охраны окружающей среды, работники ОАО «МСЗ» приняли участие в субботниках по уборке лесопарковых территорий города (привели в порядок более 120 га участков), а также провели посадку каштановой аллеи в честь 100-летия со Дня рождения С.И. Золотухи, почетного жителя г.о. Электросталь и директора ОАО «МСЗ» в 1959–1979 гг.

ОАО «МСЗ» активный участник всех социальных программ города и в том числе экологических. В рамках мероприятий, предусмотренных к Году охраны окружающей среды, работники ОАО «МСЗ» приняли активное участие в конкурсе «Городские цветы», а также в акциях «Час Земли», «День без автомобиля» и «День Земли».

В 2013 году разработаны памятки по ресурсосбережению и для подрядных и сторонних организаций, выполняющих работы на промплощадке (по охране ОС), переиздана памятка для ознакомления с КСЭМ ОАО «МСЗ», выпущен информационный плакат о раздельном сборе отходов.

ОАО «МСЗ» осознает, что производство и хранение продукции, включая использование ядерных, радиоактивных и химически опасных материалов, не должно приводить к негативным изменениям в окружающей среде и отрицательно влиять на здоровье персонала и населения. Поэтому «во главу угла» ставится применение на действующих, вводимых и перспективных производствах только «зеленых» технологий, обеспечивающих достижение и поддержание ядерных, радиационных и всех других компонент экологической безопасности на лучшем мировом уровне.

Приоритет действий, направленных на предупреждение негативных воздействий на окружающую среду, население и персонал для ОАО «МСЗ» является неоспоримым. Все проблемы обеспечения экологической безопасности решаются на основе современных концепций анализа рисков и экологических ущербов.

С целью обеспечения контроля за состоянием окружающей среды в районе расположения предприятия с 1948 года ОАО «МСЗ» осуществляет радиоэкологический мониторинг за содержанием загрязняющих веществ во всех объектах природной среды (воздух, поверхностные и подземные воды, почва, растительность, атмосферные выпадения и др.).

В ОАО «МСЗ», в соответствии с СП 1.1.1058-01, разработана «Программа производственного контроля», которая определяет порядок организации и проведения производственного экологического контроля за соблюдением санитарно-гигиенических правил. Согласно Программе, мониторинг проводится на всей территории промышленной площадки, а также в санитарно-защитной зоне (СЗЗ) предприятия, жилой (жилой) и в 10 километровой зоне, в районе расположения предприятия.

Контроль проводится двумя лабораториями, обладающими поверенными в установленном порядке средствами измерений (переносными и лабораторными), на основании аттестата аккредитации аналитической лаборатории

№ РОСС RU.0001.22ЭЛ36, выданного Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии России, и аттестата аккредитации испытательной лаборатории предприятия №РОСС RU.0001.511620, выданного Федеральной службой по аккредитации.

В лабораториях используются самые современные приборы и средства измерения: спектрофотометры, фотоэлектрокалориметры, альфа-бета-радиометры и радиометры радона, приборы для контроля автотранспорта и др.

Для повышения качества мониторинга окружающей среды и санитарно-гигиенических условий труда ОАО «Машиностроительный завод» регулярно обновляет парк измерительных приборов. Затраты на обновление приборного парка и поверку — порядка 2,0 млн руб./год.

Ежегодно проводится не менее 45 тысяч анализов.

Работники лаборатории, осуществляющие отбор проб и контроль выбросов и сбросов ЗВ постоянно повышают квалификацию в специализированных общеобразовательных учреждениях, имеющих аккредитацию на проведение обучения.

Мониторинг окружающей среды осуществляется по 78 химическим веществам, по трем основным направлениям.

ОАО «МСЗ» осознаёт, что комплекс средств, обеспечивающий производство и хранение продукции, включая использование ядерных, радиоактивных и других опасных материалов, не должен приводить к негативным изменениям в окружающей среде и отрицательно влиять на здоровье персонала и населения.

Главными стратегическими целями ОАО «МСЗ» в области экологии являются обеспечение экологически безопасного и устойчивого развития ОАО «МСЗ», минимизация негативного воздействия производства и эксплуатации ядерного топлива на окружающую среду.

Руководители и персонал предприятия считают обеспечение экологической безопасности и охраны окружающей среды одним из высших приоритетов деятельности ОАО «МСЗ», осознанной обязанностью каждого работника.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бизнес как субъект социальной политики: должник, благодетель, партнер? / А.Е. Чирикова, Н.Ю. Лапина, Л.С. Шилова, С.В. Шишкин (отв. ред.); Независимый институт социальной политики. М.: ГУ–ВШЭ, 2005. — 232 с.
2. *Благов Ю.Е.* Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление // Российский журнал менеджмента. 2004. № 3. С. 17–34.
3. *Дятлов А.Н., Плотников М.В., Мутовин И.А.* Общий менеджмент: концепции и комментарии: Учебник. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 400 с.
4. *Кантерев А.* Смысл и выгоды социальной ответственности. 2004 [электронный ресурс]. Дата обращения 30.11.2011. URL: <<http://prompolit.ru/159672>>.

5. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания. Потребители, менеджеры, лидеры общественного мнения и эксперты оценивают социальную роль бизнеса в России / Под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. М.: Ассоциация менеджеров, 2003. — 100 с.
6. *Лапина Н.* Внутренняя и внешняя социальная политика российских предприятий и корпораций: вклад в региональное развитие // Социальная политика бизнеса в российских регионах. Сб. науч. трудов / РАН; ИНИОН; Центр науч.-информ. исслед. глобал. и регион. пробл. Отд. глобал. пробл.; Отв. ред. Н.Ю. Лапина. М.: РАН, ИНИОН, 2005. — 212 с.
7. *Мозговая А.В., Комарова В.А.* Социологическое обеспечение рисков коммуникации // Риск: социологический анализ, коммуникация, региональное управление / Отв. ред. А.В. Мозговая. М.: Изд-во Института социологии РАН, 2004. С. 143–156.
8. *Перегудов С.* Корпорации, общество, государство: эволюция отношений. М.: Наука, 2003. — 352 с.
9. *Сельванович А.А.* Инвестиции в общество как основной элемент социальной ответственности бизнеса // Социологические исследования. 2011. № 2. С. 46–50 [электронный ресурс]. Дата обращения 27.06.2012. URL: <http://elibr.bsu.by/bitstream/123456789/8810/1/pages%20from%20ph%26ss_2011-2.%2046-51pdf.pdf>.
10. *Ситковский Д.А.* Социальная ответственность бизнеса и региональное развитие // Управление экономическими системами: Электронный научный журнал. 2010. № 3 (23) [электронный ресурс]. Дата обращения 02.02.2015. URL: <<http://uecs.mcnip.ru/modules.php?name=News&file=article&sid=190>>.
11. Собственность и бизнес в жизни и восприятии россиян / Отв. ред. М.К. Горшков, Н.Е. Тихонова, А.Ю. Чепуренко. М.: Наука, 2006. — 392 с.
12. Социальная ответственность бизнеса — опыт России и Запада: Исследование. М.: Общероссийская общественная организация «Деловая Россия», 2004 [электронный ресурс]. Дата обращения 30.11.2011. URL: <http://upr-group.ru/old/for_loading/book.pdf>.
13. Социальная ответственность бизнеса (опрос населения) [электронный ресурс]. Дата обращения 22.10.2014. URL: <<http://bd.fom.ru/report/map/dd041710>>.
14. Социальная ответственность ОАО «Машиностроительный завод» в области охраны окружающей среды [электронный ресурс]. Дата обращения 02.02.2015. URL: <<http://www.elemash.ru/sotsotvetstvennost/environmental-protection/>>.
15. Социальная политика ОАО «Машиностроительный завод» [электронный ресурс]. Дата обращения 29.10.2014. URL: <<http://www.elemash.ru/sotsotvetstvennost/social-programs>>.
16. *Туркин С.* Социальная ответственность бизнеса // Управление компанией. 2004. № 7. С. 47–68.
17. *Хахулина Л.А.* Социальная политика предприятий: вынужденная мера или добровольный выбор // Человеческие ресурсы региона и корпоративная политика. Материалы научно-практической конференции.

- Норильск, 2 октября 2003 г. / Независимый институт социальной политики. М.: Поматур, 2003. С. 34–40.
18. *Черныш М.Ф., Иванова Е.А.* Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания. М.: Ассоциация менеджеров, 2004. — 72 с.
 19. *Черныш М.Ф.* Социальная ответственность бизнеса и ее влияние на социальную дифференциацию // Россия реформирующаяся: Ежегодник — 2004 / Отв. ред. Л.М. Дробижева. М.: Институт социологии РАН, 2004. С. 80–91.
 20. *Чирикова А.Е.* Взаимодействие власти и бизнеса в реализации социальной политики: региональная проекция. М.: Независимый институт социальной политики, 2007. — 152 с.
 21. *Чирикова А.Е.* Региональная социальная политика: акторы и мотивация [электронный ресурс]. Дата обращения 18.10.2014. URL: <http://www.civisbook.ru/files/File/Chirikova_Mir_Rossii.pdf>.
 22. *Чирикова А.Е.* Лидеры российского предпринимательства: менталитет, смыслы, ценности. М.: Институт социологии РАН, 1997. — 201 с.
 23. *Шмерлина И.* Социальная ответственность бизнеса (по материалам экспертных интервью). М.: Фонд «Общественное мнение», 2004 [электронный ресурс]. Дата обращения 18.10.2014. URL: <<http://bd.fom.ru/report/map/d042629>>.
 24. *Carroll A.S.* The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders balancing economic, legal, and social responsibilities // *Business Horizons*. 1991. 34 (4) [online]. Date of access 20.06.2012. URL: <http://findarticles.com/p/articles/mi_m1038/is_n4_v34/ai_11000639>.
 25. *Drucker P.F.* The Future of Industrial Man: A Conservative Approach. New York: John Day Company, 1942. — 298 p.

Дата поступления: 18.03.2015.

A.E. ZORINA, A.V. MOZGOVAYA

Zorina Anna Evgenievna — research associate of sector of Risk Problems and Accidents. **Address:** Krzhizhanovsky St. 24/35, building 5, 117218, Moscow, Russian Federation. **Phone:** +7 (499) 128-76-51. **Email:** annacur@yandex.ru

Mozgovaya Alla Viktorovna — Candidate of Philosophical Sciences, the Head of sector of Risk Problems and Accidents. **Address:** Krzhizhanovsky St. 24/35, building 5, Moscow, 117218, Russian Federation.

Phone: +7 (499) 128-76-51. **Email:** mozgovai@isras.ru

ECOLOGICAL RISKS AS THE SPHERE OF BUSINESS RESPONSIBILITY

Abstract. In the article the methodological value of the concept of responsibility is uncovered in the sphere of ecological risks management in those communities which are located near plants with risk technologies. The notion “ecological-economy” conflict is under consideration: the conditions of forming, subjects, way of manifestation. There are analyzed Russian and foreign approaches to conceptions of business social responsibility, strategy and practice of its realization. Comparative analysis is realized basing on sociological study among community living near the technologically dangerous plant.

In the survey the community had been represented by common schools graduates, plant's workers and residents. The analysis of plant's documents demonstrates the fact that ecology protection is one of the main values of its social activity. But the great part of graduates (70%) points out that the plant really is dangerous, risk can't be compensated and should be adjusted with the community. More than a half of graduates plan to leave the birth-place because of ecological problems and their damage upon people health.

More than 65% of residents believe that damage reducing is possible only if the authorities will really act, but only 24% believe that the authorities are interested in ecology protection. Social partnership of authorities, plant and community takes place as the declaration and not as real deal. Meanwhile 46% of residents believe that it is really possible to manage with minimum damage to ecology and 80% are sure that civil society should take more important part in environment protection and decision making.

Keywords: ecological risks, ecology-economy conflict, social responsibility, business.

REFERENCES

1. *Biznes kak sub'ekt social'noj politiki: dolzhnik, blagodetel', partner?* [A.E. Chirikova, N.Ju. Lapina, L.S. Shilova, S.V. Shishkin (otv. red.); Nezavisimyj institut social'noj politiki]. Moskva: GU-VShJe, 2005. — 232 s. (In Russ.)
2. Blagov Ju.E. *Koncepcija korporativnoj social'noj otvetstvennosti i strategicheskoe upravlenie*. Rossijskij zhurnal menedzhmenta. 2004. № 3. S. 17–34. (In Russ.)
3. Djatlov A.N., Plotnikov M.V., Mutovin I.A. *Obshhij menedzhment: koncepcii i kommentarii*: Uchebnik. Moskva: Al'pina Biznes Buks, 2007. — 400 s. (In Russ.)
4. Kapterev A. *Smysl i vygody social'noj otvetstvennosti*. 2004 [jelek-tronnyj resurs]. Data obrashhenija: 30.11.2011. URL: <<http://prompolit.ru/159672>>. (In Russ.)
5. *Korporativnaja social'naja otvetstvennost': obshhestvennye ozhidanija. Potrebiteli, menedzhery, lidery obshhestvennogo mnenija i jeksperty ocenivajut social'nuju rol' biznesa v Rossii*. [Pod red. S.E. Litovchenko, M.I. Korsakova]. Moskva: Associacija menedzherov, 2003. — 100 s. (In Russ.)
6. Lapina N. *Vnutrennjaja i vneshnjaja social'naja politika rossijskih predpriyatij i korporacij: vklad v regional'noe razvitie*. Social'naja politika biznesa v rossijskih regionah. Sb. nauch. trudov. [RAN; INION; Centr nauch. inform. issled. global. i region. probl. Otd. global. probl.; Otv. red. N.Ju. Lapina]. Moskva: RAN, INION, 2005. — 212 s. (In Russ.)
7. Mozgovaja A.V., Komarova V.A. *Sociologicheskoe obespechenie riskovoj kommunikacii*. Risk: sociologicheskij analiz, kommunikacija, regional'noj upravlenie. [Otv. red. A.V. Mozgovaja]. Moskva: Izd-vo Instituta sociologii RAN, 2004. S. 143–156. (In Russ.)
8. Peregudov S. *Korporacii, obshhestvo, gosudarstvo: jevoljucija otnoshenij*. Moskva: Nauka, 2003. — 352 s. (In Russ.)
9. Sel'vanovich A.A. *Investicii v obshhestvo kak osnovnoj jelement social'noj otvetstvennosti biznesa*. Sociologicheskie issledovanija. 2011. № 2. S. 46–50 [jelektronnyj resurs]. Data obrashhenija 27.06.2012. URL: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/8810/1/pages%20from%20ph%26ss_2011-2.%2046-51pdf.pdf>. (In Russ.)
10. Sitkovskij D.A. *Social'naja otvetstvennost' biznesa i regional'noe razvitie*. Upravlenie jekonomicheskimi sistemami: Jelektronnyj nauchnyj zhurnal. 2010. № 3 (23) [jelektronnyj resurs]. Data obrashhenija 02.02.2015. URL: <<http://uecs.mcnp.ru/modules.php?name=News&file=article&sid=190>>. (In Russ.)
11. *Sobstvennost' i biznes v zhizni i vosprijatii rossijan*. [Otv. red. M.K. Gorshkov, N.E. Tihonova, A.Ju. Chepurensko]. Moskva: Nauka, 2006. — 392 s. (In Russ.)
12. *Social'naja otvetstvennost' biznesa — opyt Rossii i Zapada: Issledovanie*. Moskva: Obshherossijskaja obshhestvennaja organizacija «Delovaja Rossija», 2004 [jelektronnyj resurs].

- resurs]. Data obrashhenija 30.11.2011. URL: <http://upr-group.ru/old/for_loading/book.pdf>. (In Russ.)
13. Social'naja otvetstvennost' biznesa (opros naselenija) [jelektronnyj resurs]. Data obrashhenija 22.10.2014. URL: <<http://bd.fom.ru/report/map/dd041710>>. (In Russ.)
 14. Social'naja otvetstvennost' OAO «Mashinostroitel'nyj zavod» v oblasti ohrany okružhajushhej sredy [jelektronnyj resurs]. Data obrashhenija 02.02.2015. URL: <<http://www.elemash.ru/sotsotvetstvennost/environmental-protection/>>. (In Russ.)
 15. Social'naja politika OAO «Mashinostroitel'nyj zavod» [jelektronnyj resurs]. Data obrashhenija 29.10.2014. URL: <<http://www.elemash.ru/sotsotvetstvennost/social-programs>>. (In Russ.)
 16. Turkin S. *Social'naja otvetstvennost' biznesa*. Upravlenie kompaniej. 2004. № 7. S. 47–68. (In Russ.)
 17. Hahulina L.A. *Social'naja politika predpriyatij: vynuzhdennaja mera ili dobrovol'nyj vybor*. Chelovecheskie resursy regiona i korporativnaja politika. Materialy nauchno-praktičeskoj konferencii. No-ril'sk, 2 oktjabrja 2003 g. [Nezavisimyj institut social'noj politiki]. Moskva: Pomatur, 2003. S. 34–40. (In Russ.)
 18. Chernysh M.F., Ivanova E.A. Korporativnaja social'naja otvetstvennost': obshhestvennye ozhidaniya. Moskva: Associacija menedžerov, 2004. — 72 s. (In Russ.)
 19. Chernysh M.F. *Social'naja otvetstvennost' biznesa i ee vlijanie na social'nuju differenciaciju*. Rossija reformirujushhajasja: Ezhegodnik — 2004. [Otv. red. L.M. Drobizheva]. Moskva: Institut sociologii RAN, 2004. S. 80–91. (In Russ.)
 20. Chirikova A.E. Vzaimodejstvie vlasti i biznesa v realizacii social'noj politiki: regional'naja proekcija. Moskva: Nezavisimyj institut social'noj politiki, 2007. — 152 s. (In Russ.)
 21. Chirikova A.E. Regional'naja social'naja politika: aktory i motivacija [jelektronnyj resurs]. Data obrashhenija 18.10.2014. URL: <http://www.civisbook.ru/files/File/Chirikova_Mir_Rossii.pdf>. (In Russ.)
 22. Chirikova A.E. Lidery rossijskogo predprinimatel'stva: mentalitet, smysly, cennosti. Moskva: Institut sociologii RAN, 1997. — 201 s. (In Russ.)
 23. Shmerlina I. Social'naja otvetstvennost' biznesa (po materialam jekspertnyh interv'ju). Moskva: Fond «Obshhestvennoe mnenie», 2004 [jelektronnyj resurs]. Data obrashhenija 18.10.2014. URL: <<http://bd.fom.ru/report/map/d042629>>. (In Russ.)
 24. Carroll A.S. *The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders balancing economic, legal, and social responsibilities*. Business Horizons. 1991. 34 (4) [online]. Date of access 20.06.2012. URL: <http://findarticles.com/p/articles/mi_m1038/is_n4_v34/ai_11000639>.
 25. Drucker P.F. The future of industrial man: A conservative approach. New York: John Day Company, 1942. — 298 p.

Date of access: 18.03.2015.