

УДК 338.22

ББК 65.291

Khovaev Sviatoslav Yurevich,
lecturer of the department of management
of the National Research University
«Higher School of Economics»,
Perm,
e-mail: sviatoslavkh@yandex.ru

Kozhevnikov Alexandr Dmitrievich,
lecturer of the department of management
of the National Research University
«Higher School of Economics»,
Perm,
e-mail: a.d.kozhevnikov@gmail.com

Ховаев Святослав Юрьевич,
преподаватель департамента менеджмента
Национального исследовательского университета
«Высшая школа экономики»,
г. Пермь,
e-mail: sviatoslavkh@yandex.ru

Кожевников Александр Дмитриевич,
преподаватель департамента менеджмента
Национального исследовательского университета
«Высшая школа экономики»,
г. Пермь,
e-mail: a.d.kozhevnikov@gmail.com

ВЗАИМОСВЯЗЬ УРОВНЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

INTERACTION OF THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY LEVEL AND THE COMPANY PERFORMANCE

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством

08.00.05 – Economics and management of national economy

Корпоративная социальная ответственность и устойчивость бизнеса является одним из глобальных трендов. Обилие рейтингов корпоративной социальной ответственности позволяет проследить взаимосвязь этого показателя с финансово-организационными результатами фирмы. Текущие исследования в этой сфере базируются на качественных методах и небольшой выборке фирм, что не позволяет дать однозначного ответа о наличии или отсутствии корреляции. Корреляционный анализ большого количества организаций позволил выявить взаимосвязь между финансово-организационными результатами деятельности компании и уровнем социальной ответственности. Одним из наиболее значимых результатов является выявление положительной корреляции между уровнем корпоративной социальной ответственности и долгосрочной выручкой организации.

Corporate social responsibility and sustainable business is one of the global trends. Abundance of corporate social responsibility ratings allows tracing the interaction of this parameter with the financial and organizational results of the company. Current studies in this area are based on qualitative methods and small number of firms that does not allow giving a clear answer about the presence or absence of correlation. Correlation analysis of the large number of companies allowed revealing the interaction between the financial and organizational results of the company and its social responsibility level. One of the most significant results is the identification of positive correlation between the corporate social responsibility level and the long-term earnings of the company.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, социальная ответственность бизнеса, социальное партнерство, доходы, прибыль, капитализация компании, организационные результаты, финансовые результаты, элементы социальной ответственности, добровольная ответственность, понятие «социальная ответственность».

Key words: corporate social responsibility, business social responsibility, social partnership, revenue, profit, capitalization of the company, organizational results, financial results, elements of social responsibility, voluntary responsibility, the concept of «social responsibility».

Введение

Менеджмент современных организаций понимает, что прибыль не является единственной ценностью организации. В современном обществе возрастает социальная роль фирм, следовательно, руководители компаний вынуждены все больше внимания уделять вопросам корпоративной социальной ответственности (далее – КСО). Создание ценности не только на основе экономических, но и социальных факторов позволяет организации создать базу для долгосрочного процветания, что формирует **актуальность исследования КСО.**

Исследователи долгое время старались найти взаимосвязь КСО и финансовых результатов фирмы. При этом многие из них получали противоречивые результаты. Стоит отметить, что предыдущие исследования в данной сфере базировались на очень ограниченной выборке фирм, что не позволяет сделать обобщенные выводы [1]. Исследование, которое легло в основу данной статьи, базируется на большой выборке фирм из различных отраслей и стран, что позволяет получить обобщенные результаты и поставить точку в исследовании данного вопроса. Все вышесказанное формирует **научную новизну** данной работы.

Анализ взаимосвязи КСО и финансовых результатов деятельности фирм позволит менеджерам организации принимать более обоснованные решения по инвестированию в проекты социальной ответственности, что формирует **практическую значимость** работы.

Целью данной работы является выявление взаимосвязи между финансово-организационными результатами деятельности компании, и уровнем ее социальной

ответственности. В соответствии с целью был сформулирован ряд **задач**:

- создать базу данных корпоративной социальной ответственности и результатов деятельности фирмы;
- провести описательный анализ данных;
- провести корреляционный анализ данных;
- проанализировать полученные результаты.

Несмотря на то, что термин «корпоративная социальная ответственность» был введен более полувека назад, его смысл менялся на протяжении всего этого времени. В настоящее время можно выделить шесть основных периодов становления понятия КСО:

1. Концепция КСО появилась в 50-х годах XX века. Именно в это время руководители крупных организаций поняли, что успех их деятельности во многом зависит от окружающей среды и общества. В этот период работы по КСО фокусировались на взаимосвязи целей и задач организации с потребностями общества [2; 3; 4; 5]. Подобная точка зрения прослеживается и в первоначальном определении КСО: «корпоративная социальная ответственность – это обязательства бизнеса в учете целей и ценностей общества при принятии решений и разработке политики» [2].

2. В 60-х годах многие организации продавали товары, загрязняющие окружающую среду, в связи с чем становилась актуальной этическая сторона бизнеса. В результате, начала формироваться основа КСО. МакГуир (McGuire) [6], например, утверждал, что организация должна не только заботиться об экономическом процветании общества, обучении персонала, но и предпринимать активное участие в различных сферах общественной жизни. Также авторами было отмечено, что КСО – это не отвлеченная идея, а непосредственная часть управленческих процессов [7]. Если менеджмент лишен этой части, то это приведет к негативным последствиям в долгосрочном периоде.

3. В 70-х годах авторы начали выявлять место КСО по отношению к близким терминам, таким как: «социальная ответственность», «социальные обязательства», «социальная чувствительность» и «ответственность перед обществом» [8; 9]. Некоторые авторы находят различия в уровне вовлеченности заинтересованных сторон при разработке КСО [10].

4. В 80-х годах началась разработка инструментов для измерения КСО [11]. При этом организация рассматривалась с точки зрения иерархии потребностей. Согласно данной теории, организация переходит к социальной ответственности только после выполнения всех базовых функций. Также именно в это время проводятся первые исследования по взаимосвязи прибыли и КСО, согласно которым прибыль будет расти в связи с повышением репутации компании в глазах потребителя [12].

5. В 90-х годах КСО впервые была разделена на элементы: социальная ответственность, экологическая ответственность и экономическая ответственность [13].

6. В XXI веке впервые появляется индустрия КСО. Организации создают специализированные отделы, нанимаются профессиональные менеджеры по КСО, появляются рейтинговые агентства и консалтинговые компании [14; 15; 16].

В результате полувековой эволюции, понятие КСО прошло путь от «учета интересов общества» к сложному понятию, включающему различные составные компоненты, такие как: учет заинтересованных сторон, интересов сотрудников, экологических последствий и общественного мнения в целом [15].

На протяжении последних пяти десятилетий ученые задавались вопросом о взаимосвязи КСО и финансовых

результатов организации. Тем не менее, результаты их исследований были достаточно противоречивыми. Часть исследователей получили положительную взаимосвязь между КСО и такими показателями, как капитализация, продажи, выручка и прибыль [1; 16; 17; 18; 19; 20; 21]. В то же время другая группа ученых выявила отрицательную или нейтральную связь между КСО и показателями деятельности фирмы [22; 23; 24; 25; 26]. Данное исследование направлено на проверку предыдущих результатов путем анализа большой выборки случайных организаций.

Методы исследования

Исследование основывается на базе данных CSRhub [27] о 6 505 организаций из 135 отраслей и 127 стран. Система оценки уровня КСО базируется на следующем подходе: информация об уровне КСО организации делилась на элементы, непосредственно связанные с составными частями, выделяемыми в литературе.

1. Сотрудники. Действия компании по отношению к своим сотрудникам.

2. Управление. Организационные цели, ценности и принципы управления. Учет мнения заинтересованных сторон при принятии решений.

3. Общество. Взаимодействие организации и локального, национального и глобального сообщества [28].

4. Экология. Информация об экологических последствиях деятельности компании.

В элементы КСО не вошли экономическая и волонтерская составляющие, так как предполагается, что исследуемые организации получают прибыль и принимают все решения без внешнего давления.

Информация об уровне КСО организации была дополнена финансово-организационными результатами деятельности, таким как: прибыль, капитализация, выручка и т.д. [29; 30].

На основе имеющихся данных был сформулирован ряд гипотез для проверки:

1. Имеется положительная корреляция между выручкой и КСО компании.

2. Имеется положительная корреляция между прибылью и КСО компании.

3. Имеется положительная корреляция между коэффициентом окупаемости инвестиций и КСО компании.

4. Имеется положительная корреляция между выручкой на одного сотрудника и КСО компании.

5. Имеется положительная корреляция между рыночной капитализацией компании и уровнем ее КСО.

Исследование состоит из двух основных этапов: описательное исследование и корреляционный анализ. В рамках описательного исследования проводится общее описание данных и уровня КСО в различных сферах деятельности. Корреляционный анализ позволяет выявить взаимосвязь КСО и результатов деятельности организации.

Результаты исследования

В рамках описательного исследования отрасли деятельности были ранжированы согласно среднему уровню КСО, что позволило выделить наиболее и наименее социально ответственные отрасли. В частности, такие сферы деятельности, как менеджмент, продажи, консалтинг и сфера информационных технологий имеют высокий рейтинг за счет того, что они заботятся о сотрудниках. Действительно, данные сферы фокусируются на грамотном управлении людьми – соответственно, организации заинтересованы в том,

чтобы сохранять и мотивировать персонал. Сфера здравоохранения проявляет свою заботу о локальном сообществе. Кроме того, данные сферы деятельности объединяет тот факт, что эти сферы являются постоянно развивающимися и востребованными, для этого им нужно поддерживать статус социально-ответственных компаний, так как их деятельность направлена на улучшение условий комфорта общества в целом.

Рассматривая индустрии с низким рейтингом корпоративно-социальной ответственности, следует выделить компании, специализирующиеся на добыче нефти и газа, имеющие низкий рейтинг корпоративно-социальной ответственности вследствие серьезного негативного влияния на окружающую среду. Также конгломераты, занимающиеся производственной деятельностью, способствуют загрязне-

нию окружающей среды. Интересно заметить, что игровая сфера и брокерская деятельность также имеют низкий рейтинг корпоративно-социальной ответственности. Можно предположить, что потребители данных услуг в основном не обращают внимания на наличие данной политики в подобных индустриях, соответственно компании не заинтересованы в поддержании и улучшении корпоративной социальной ответственности.

Для выявления взаимосвязи между уровнем КСО и организационно-финансовыми результатами фирмы был проведен корреляционный анализ между общим уровнем КСО и его составными элементами, а также такими показателями результативности, как выручка, темп изменения выручки за пять лет, прибыль и рыночная стоимость организации (см. таблицу).

Таблица

Корреляционный анализ результатов деятельности и уровня КСО

Показатели	Коэффициент корреляции между показателями КСО и выручкой	Коэффициент корреляции между показателями КСО и средним ростом выручки за 5 лет	Коэффициент корреляции между показателями КСО и прибылью	Коэффициент корреляции между показателями КСО и рыночной стоимостью организации
Общий уровень КСО	0,03	0,18*	0,07	-0,06
Общество	0,18*	0,18*	-0,06	-0,15
Управление	0,18*	0,03	0,19	-0,02
Сотрудники	-0,08	0,11	0,13	-0,04
Экология	0,10	0,12	-0,05	0,03

Примечание: * – $p < 0,05$.

В результате корреляционного анализа была выявлена лишь слабая корреляция между темпами роста выручки за 5 лет и общим уровнем социальной ответственности. Это свидетельствует о том, что повышение уровня КСО приводит к долгосрочному росту выручки. Или наоборот – организации, имеющие стабильный рост выручки, более склонны повышать свой уровень социальной ответственности. Тем не менее, нельзя делать однозначные выводы, опираясь на слабую взаимосвязь.

Ключевым ограничением работы является использование вторичных данных при определении уровня КСО фирмы. Для исследования использовалась база данных CSRhub. Результаты исследования полностью основаны на методике сбора и анализа информации, использованной при формировании базы данных.

Выводы и заключение

Несмотря на наличие большого количества исследований на тему взаимосвязи КСО и финансовых результатов организации, эта область еще не изучена до конца. Поскольку результаты исследований противоречат друг другу, окончательного и однозначного вывода не наблюдается. Также стоит отметить, что предыдущие исследования базируются на небольшой выборке из нескольких десятков компаний. Следовательно, корреляционный анализ, проведенный на основе увеличенной выборки, может существенно дополнить предыдущие результаты.

Наше исследование относится к группе работ, не выявившей положительную взаимосвязь между КСО и финансовыми результатами компании. Единственная найденная взаимосвязь (положительная корреляция между уровнем КСО и темпами роста выручки) является слабой, в то время как сам уровень выручки и прибыли не связан с КСО. Вероятно, мероприятия по повышению уровня КСО приводят к росту выручки, но их результативность является очень низкой, что не позволяет увеличить итоговую прибыль организации. Это подтверждается предыдущими исследованиями, в которых было выявлено, что мероприятия, нацеленные на совершенствование КСО, могут иметь как положительный финансовый эффект, так и отрицательный, что, в целом, нейтрально для прибыли организации [31].

Несмотря на важность КСО для современного общества, мы не можем сказать, что увеличение КСО приведет к улучшению финансовых показателей организации. Даже если более высокий уровень КСО приведет к росту доходов, увеличение прибыли может не наблюдаться по причине высоких издержек. Таким образом, руководству организации необходимо взвешивать преимущества и риски, связанные с инвестированием средств в социально ответственные проекты, которые могут привести к росту социально-финансовых показателей, но статистика показывает, что эти две группы показателей не всегда взаимосвязаны.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Саеди П. С., Соифан С., Саеди П., Саеди С. П. Как корпоративная социальная ответственность способствуют финансовым показателям фирмы? Посредническая роль конкурентных преимуществ, репутации и удовлетворенности клиентов // Journal of Business Research. 2015. № 68 (2). С. 341–350.
2. Боуэн Х. Социальная ответственность бизнеса. Нью-Йорк: Harper & Row, 1953.

3. Еилс Р. Корпоративная благотворительность в свободном обществе. New York : Press, 1956.
4. Селекман Б. Моральная философия бизнеса. Нью-Йорк : McGraw-Hill, 1959.
5. Фридман М. Социальная ответственность бизнеса является увеличением прибыли // *New York Times Magazine*. 1970. 13 сент. С. 32–33.
6. МакГиур Дж. В. Бизнес и общество. Нью-Йорк : McGraw-Hill, 1963.
7. Дэвис К. Может бизнес позволить себе игнорировать социальные обязательства? // *California Management Review*. 1960. № 2. С. 70–76.
8. Престон Л., Пост Дж. Частное управление и государственная политика: принцип государственной ответственности. Энглевуд Клифф : PrenticeHall, 1975.
9. Сефи С. П. Измерения корпоративной социальной деятельности: аналитическая основа // *California Management Review*. 1975. № 17. С. 58–64.
10. Бакман Ж. Социальная ответственность и финансовая отчетность. New York : University Press, 1975.
11. Туззолино Ф., Арманди Б. Р. Необходимость создания иерархии корпоративной социальной ответственности // *Academy of Management Review*. 1997. № 6. С. 21–28.
12. Кохран П. Л., Вуд Р. А. Корпоративная социальная ответственность и финансовая результативность // *Academy of Management Review*. 1984. № 27. С. 42–56.
13. Еллингтон Ж. Каннибалы с вилками: Тройное основание бизнеса 21 века. Оксфорд : Capstone Publishing Limited, 1997.
14. Рахман С. Оценка определения: десять подходов к корпоративной социальной ответственности // *World review of Business Research*. 2011. № 1. С. 166–176.
15. Лобызенкова В. А. Социальная ответственность компании в системе корпоративного менеджмента // *Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса*. 2014. № 3 (28). С. 168–172.
16. Демушина О. Н., Коваленко Н. В. Корпоративная социальная ответственность в России: особенности российской модели // *Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса*. 2014. № 4 (29). С. 80–83.
17. Вадок С. А., Грейвс С. Б. Связь между социальными и финансовыми результатами // *Strategic Management Journal*. 1997. № 18. С. 303–319.
18. Ву В., Тсай Дж., Ченг К. Ю., Лэй М. Оценка управления интеллектуальным капиталом дизайнерских компаниях // *R&D Management*. 2006. № 35. С. 531–545.
19. Галбреф Дж. Преимущества корпоративной социальной ответственности: эмпирическое исследование Документ, представленный на ANZAM конференций (22-я ежегодная конференция). Окленд, 2008 [Электронный ресурс] URL: http://espace.library.curtin.edu.au/R?func=dbin-jump-full&local_base=gen01-era02&object_id=138210 (дата обращения: 10.05.2015).
20. Марголис Дж. Д., Уолш Дж. П. Компании любят страдания: переосмысление социальных инициатив от бизнеса // *Administrative Science Quarterly*. 2003. № 48 (2). С. 268–305.
21. Орлицки М., Сиегель Д. С., Волдман Д. А. Стратегическая корпоративная социальная ответственность и экологическая устойчивость // *Business & Society*. 2011. № 50 (1). С. 6–27.
22. Ауперле К. Е., Кэрролл А. Б., Хэтфилд Ж. Д. Эмпирическое изучение взаимосвязи между корпоративной социальной ответственностью и рентабельностью. // *Academy of Management Review*. 1985. № 28 (2). С. 446–463.
23. Бромлей П., Маркус А. Сдерживающие факторы для сомнительного корпоративного поведения: рентабельность, вероятность и требование к безопасности // *Strategic Management Journal*. 1989. № 10 (3). С. 233–250.
24. Врайт П., Феррис С. П. Агентский конфликт и корпоративная стратегия: Эффект лишения прав на корпоративные ценности // *Strategic Management Journal*. 1997. № 18. С. 77–83.
25. Лин С. Х. И., Ян Х. Л., Лиу Д. Ю. Влияние корпоративной социальной ответственности на финансовые показатели: данные по бизнесу в Тайване // *Technology in Society*. 2009. № 31 (1). С. 56–63.
26. Теох С., Уэлч И., Ваззан С. П. Эффект социально-активной инвестиционной политики на финансовых рынках: Данные из Южной Африки // *Journal of Business Ethics*. 1999. № 72. С. 35–89.
27. База данных корпоративной социальной ответственности [Электронный ресурс] / CSRhub Sustainability management tools [web-сайт]. URL: <http://www.csrhub.com/content/csrhub-data-schema> (дата обращения: 10.05.2015).
28. Богатенкова Е. Ю. Социальная ответственность бизнеса в контексте задач повышения качества жизни населения // *Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса*. 2011. № 4 (17). С. 113–116.
29. Stocks [Электронный ресурс] / Reuters [web-сайт]. URL: <http://www.reuters.com/finance/stocks> (дата обращения: 10.05.2015).
30. Обзор публичных компаний [Электронный ресурс] / Блумберг [web-сайт]. URL: <http://www.bloomberg.com/research/common/symbollookup/symbollookup.asp> (дата обращения: 10.05.2015).
31. Мартин Р. Матрица: Расчет прибыли на корпоративную ответственность // *Harvard Business Review*. 2002. №3. С. 56–65.

REFERENCES

1. Saeidi P. S., Sofian S., Saedi P., Saeidi S. P., Saaeidi S. A. How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction // *Journal of Business Research*. 2015. No. 68 (2). P. 341–350.
2. Bowen H. R. Social responsibilities of the businessman. New York : Harper & Row, 1953.
3. Eells R. Corporate giving in a free society. New York : Press, 1956.
4. Selekman B. A moral philosophy for business. New York : McGraw-Hill, 1959.
5. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits // *New York Times Magazine*. 1970. September 13th. P. 32–33.

6. McGuire J. W. *Business and society*. New York : McGraw-Hill, 1963.
7. Davis K. Can business afford to ignore social responsibilities? // *California Management Review*. 1960. No. 2. P. 70–76.
8. Preston, L. E., & Post, J. E. *Private management and public policy: The principle of public responsibility*. Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall, 1975
9. Sethi, S. P. Dimensions of corporate social performance: An analytic framework // *California Management Review*. 1975. No. 17. P. 58–64.
10. Backman, J. *Social responsibility and accountability*. New York : New York University Press. 1975
11. Tuzzolino F., Armandi B. R. A need-hierarchy framework for assessing corporate social responsibility // *Academy of Management Review*. 1981. No. 6. P. 21–28.
12. Cochran P. L., Wood R. A. Corporate social responsibility and financial performance // *Academy of Management*. 1984. No. 27. P. 42–56.
13. Elkington J. *Cannibals with Forks: Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford : Capstone Publishing Limited, 1997.
14. Rahman S. Evaluation of Definitions: Ten Dimensions of Corporate Social Responsibility // *World review of Business Research*. 2011. No. 1 (1). P. 166–176.
15. Lobyzenkova V. A. Social responsibility of the company in the corporate management system // *Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute*. 2014. No. 3 (28). P. 168–172.
16. Demushina O. N., Kovalenko N. V. Corporate Social Responsibility in Russia: features of the Russian model // *Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute*. 2014. No. 4 (29). P. 80–83
17. Waddock, S. A., & Graves, S. B. The corporate social performance – Financial performance link // *Strategic Management Journal*. 1997. No. 18 (4). P. 303–319.
18. Wu W. Y., Tsai J. J., Cheng K. Y., Lai M. Assessment of intellectual capital management in Taiwanese IC design companies: Using DEA and the Malmquist productivity index // *R&D Management*. 2006. No. 35 (2). P. 531–545.
19. Galbreath J. The benefits of corporate social responsibility: An empirical study. Paper presented at the ANZAM conference proceedings (22nd annual conference), Auckland, 2008.
20. Margolis J. D., & Walsh, J. P. Misery loves companies: Rethinking social initiatives by business. *Administrative Science Quarterly*. 2003. No. 48(2). P. 268–305.
21. Orlitzky, M., Siegel, D. S., Waldman, D. A. Strategic corporate social responsibility and environmental sustainability // *Business & Society*. 2011. No. 50 (1). P. 6–27.
22. Aupperle, K. E., Carroll, A. B., Hatfield, J. D. An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability // *Academy of Management Journal*. 1985. No. 28 (2). P. 446–463.
23. Bromiley P., Marcus, A. The deterrent to dubious corporate behavior: Profitability, probability, and safety recalls // *Strategic Management Journal*. 1989. No. 10 (3). P. 233–250.
24. Wright, P., Ferris, S. P. Agency conflict and corporate strategy: The effect of divestment on corporate value // *Strategic Management Journal*. 1997. No. 18 (1). P. 77–83.
25. Lin, C. H., Yang, H. L., Liou, D. Y. The impact of corporate social responsibility on financial performance: Evidence from business in Taiwan // *Technology in Society*. 2009. No. 31 (1). P. 56–63.
26. Teoh, S. H., Welch, I., Wazzan, C. P. The effect of socially activist investment policies on the financial markets: Evidence from the South African boycott // *Journal of Business Ethics*. 1999. No. 72 (1). P. 35–89.
27. CSR hub [Electronic resource] / CSRhub Sustainability management tools [web-site]. URL: <http://www.csrhub.com/content/csrhub-data-schema> (date of viewing: 10.05.2015).
28. Bogatenkova E. Y. Corporate Social Responsibility in the context of improving the quality of life problems of the population // *Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute*. 2001. No. 4 (17) P. 113–116.
29. Stocks [Electronic resource] / Reuters. [web-site]. URL: <http://www.reuters.com/finance/stocks> (date of viewing: 10.05.2015).
30. Public Company Search [Electronic resource] / Bloomberg [web-site]. URL: <http://www.bloomberg.com/research/common/symbollookup/symbollookup.asp> (date of viewing: 10.05.2015).
31. Martin, R. The virtue matrix: Calculating the return on corporate responsibility // *Harvard Business Review*. 2002. No. 3. P. 56–65.

Как цитировать статью: Ховаев С. Ю., Кожевников А. Д. Взаимосвязь уровня корпоративной социальной ответственности и результатов деятельности организации // *Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса*. 2016. № 2 (35). С. 165–169.

For citation: Khovaev S. Yu., Kozhevnikov A. D. Interaction of the corporate social responsibility level and the company performance // *Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute*. 2016. № 2 (35). P. 165–169.