

**Ефимов Олег Валерьевич**  
Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов

**Российская практика реализации корпоративной этики и корпоративной социальной ответственности: проблемы и тенденции**

**Аннотация.** В статье проводится анализ современных проблем и тенденций реализации корпоративной этики и корпоративной социальной ответственности в отечественных компаниях. Существенное внимание уделено рассмотрению объективных и субъективных барьеров, а также институциональной и культурной специфике развития корпоративной социальной ответственности в российской практике. Отмечаются позитивные изменения, которые связаны с воздействием международных стандартов, цифровизации бизнеса, внедрением практик внутреннего контроля и развитием партнерских программ с обществом. Раскрываются основные направления совершенствования указанных процессов, среди которых повышение уровня образовательных инициатив, интеграция принципов корпоративной социальной ответственности в бизнес-стратегию, поощрение участия профессиональных ассоциаций и поддержка со стороны органов государственной власти. Обобщаются выводы о необходимости комплексного подхода и зрелости корпоративной культуры в целях достижения долгосрочного успеха отечественных компаний в сфере этики и социальной ответственности.

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность, корпоративная этика, отечественные компании, бизнес, устойчивое развитие, конкурентоспособность, гражданское общество, этические стандарты, институциональные барьеры.

**Efimov Oleg Valerievich**  
Saint Petersburg Humanitarian University of Trade Unions

**Russian practice of implementing corporate ethics and corporate social responsibility: problems and trends**

**Abstract.** The article analyzes current problems and trends in the implementation of corporate ethics and corporate social responsibility in domestic companies. Considerable attention is paid to the consideration of objective and subjective barriers, as well as the institutional and cultural specifics of the development of corporate social responsibility in Russian practice. Positive changes are noted due to the impact of international standards, digitalization of business, the introduction of internal control practices and the development of partnership programs with society. The main directions of improving these processes are revealed, including increasing the level of educational initiatives, integrating the principles of corporate social responsibility into business strategy, encouraging the participation of professional associations and support from government authorities. The conclusions on the need for an integrated approach and maturity of corporate culture in order to achieve long-term success of domestic companies in the field of ethics and social responsibility are summarized.

**Keywords:** corporate social responsibility, corporate ethics, domestic companies, business, sustainable development, competitiveness, civil society, ethical standards, institutional barriers.

В последнее время вопросам корпоративной этики и корпоративной социальной ответственности (далее – КСО) отводится важное место среди отечественных компаний. Развитие системы ценностей, которая концентрируется как на получение прибыли, так и на

следование нормам деловой морали, становится существенным шагом в трансформации российского бизнеса. Это, в первую очередь, определено спросом со стороны государственных институтов, гражданского общества, а также международной интеграцией отечественных предприятий в глобальные экономические и деловые структуры. Формирование корпоративной этики тесным образом сопряжено с ростом прозрачности и конкурентных преимуществ компаний на внутреннем и внешнем рынках. Но в то же время практика реализации указанных принципов в нашей стране вынуждена сталкиваться с некоторыми объективными и субъективными трудностями, что, в свою очередь, порождает необходимость анализа текущих проблем и тенденций.

На начальном этапе развития корпоративной социальной ответственности в России главный фокус смещался на спонсорство и благотворительность, что, по своей сути, представляло собой форму демонстрации социальной ответственности. Но дефицит отчетливых стандартов и нормативно-правовых механизмов регламентирования привело к тому, что большинство инициатив имели разовый либо имиджевый характер [1, с. 12]. Через некоторое время отмечается тенденция к институционализации КСО, возникновению специализированных отделов и подразделений в структурах компаний, а также включению показателей корпоративной социальной ответственности в стратегическое планирование. На сегодняшний день корпоративная этика и социальная ответственность воспринимаются в качестве инструмента долгосрочного повышения стабильности бизнеса и развития положительного общественного мнения. Несмотря на это, отражение данных изменений в практической деятельности компаний все еще остается неполным и локализованным, как правило, в крупных и средних компаниях.

Одна из основных проблем внедрения корпоративной этики в нашей стране состоит в недостаточной зрелости корпоративной культуры и слабой институционализации этических стандартов на уровне некоторых отдельно взятых компаний. Большинство менеджеров рассматривают этические кодексы в качестве формальности, не интегрируя при этом их в каждодневную практику [4, с. 507]. Это, прежде всего, выражается, как раз, в недостатке систематического обучения сотрудников вопросам деловой этики, а также слабом контроле за исполнением этических обязательств. Необходимо указать, что укоренившиеся паттерны ведения бизнеса часто вступают в противоречие с принципами открытости и честности, который представляют собой фундамент корпоративной этики. В конечном результате выходит на передний план подмена целей и приоритетов, которые ориентированы на краткосрочную выгоду в ущерб репутации и стабильности бизнеса в долгосрочной перспективе.

Одновременно с этим, среди распространенных проблем отечественного бизнеса наблюдается неравномерность внедрения корпоративной социальной ответственности в разных отраслях экономики. Компании, которые функционируют в сырьевом секторе, а также организации, обладающие высокой степенью взаимодействия с иностранными партнерами, нередко наиболее активным образом внедряют элементы КСО и соблюдают международные стандарты [7, с. 120]. Малый и средний бизнес, наоборот, ограничен в ресурсах, что, таким образом, мешает осуществлению полноценных программ и практик корпоративной социальной ответственности. Подобная ситуация обостряется и нехваткой стимулов и поддержки со стороны органов государственной власти в целях развития КСО среди малых компаний. В итоге отмечается фрагментарность и избирательность в подходах к корпоративной социальной ответственности.

Существенное внимание уделяется институциональным барьерам, которые обуславливают особенности развития корпоративной этики и корпоративной социальной ответственности в нашей стране. Хотя и существуют определенные усилия со стороны государственных структур в стимулировании практик социальной ответственности, важную роль имеет специфика действующего национального законодательства и отсутствие детальной регламентации в данной сфере. Многие нормативные акты обладают рекомендательным характером, что, в свою очередь, формирует пространство для

формального выполнения обязательств без реального качественного содержания. Вследствие этого корпоративная этика остается за пределами основных критериев оценки эффективности бизнеса и не фигурирует среди важнейших условий для получения государственных заказов либо кредитных линий. Схожая ситуация происходит и в публичном раскрытии информации о корпоративной социальной ответственности, где большая часть компаний ограничиваются стандартными отчетами без конкретизации осуществляемых инициатив и их результатов.

Проблемы внутреннего характера также имеет существенное воздействие на процесс внедрения корпоративной этики в отечественных компаниях. В первую очередь, это недостаточный уровень развития внутрикорпоративной коммуникации между руководством компаний и персоналом, а также низкая мотивация сотрудников касательно следования этическим нормам. В большинстве случаев формирование корпоративной этики ограничивается декларированием ценностей, что, тем самым, влечет за собой разрыв между заявляемыми принципами и реальными действиями компании [10, с. 104]. Более того, отсутствие системной работы с персоналом относительно этических вопросов ведет к стабильности неформальных практик, среди которых клановость, фаворитизм и коррупционные аферы. В целях увеличения эффективности внедрения корпоративной этики важны системные изменения в кадровой политике, постоянное обучение и активное участие сотрудников в разработке и реализации этических стандартов.

Несмотря на имеющиеся проблемы, в последние десятилетия отмечаются позитивные тенденции, которые обусловлены воздействием глобальных бизнес-практик и укреплением гражданской активности. Все больше отечественных компаний воспринимают КСО в качестве инструмента роста инвестиционной привлекательности и доступа к капиталу. В связи с этим повышается роль нефинансовой отчетности, что, таким образом, обеспечивает рост прозрачности и информированности заинтересованных сторон [2, с. 19]. Некоторые компании переходят к стратегии устойчивого развития, интегрируя при этом цели экономического, экологического и социального равновесия в операционную деятельность. Наряду с этим вырабатывается спрос на квалифицированные кадры, которые способны осуществлять комплексные программы корпоративной социальной ответственности и развивать корпоративную этику в практической деятельности.

Развитие корпоративной социальной ответственности и корпоративной этики в России в большинстве случаев детерминировано внешним давлением со стороны международных компаний и зарубежных партнеров. Участие российских организаций в глобальных цепочках поставок и международных проектах требует следования конкретным стандартам в области экологии, прав человека и антикоррупционной борьбы. Увеличение количества экологических, правозащитных и этических скандалов представляет собой один из факторов ужесточения корпоративной политики и внедрения дополнительных механизмов внутреннего контроля. Возрастает значимость инструментов саморегулирования бизнес-сообществ, включая при этом принятие добровольных обязательств и кодексов поведения. Все это в совокупности стимулирует компании как формально декларировать, так и реально внедрять такие практики.

Тенденция к цифровизации бизнеса и развитию открытых коммуникационных каналов обеспечивает развитие новой степени прозрачности. Интернет и социальные сети делают возможным оперативный общественный контроль деятельности компаний, закрепляя при этом нарушения и поощряя российские практики. За счет развития цифровых платформ повышается открытость процедуры подачи жалоб и предложений, расширяется информационный доступ об этических стандартах компаний. Указанные процессы изменяют структуру взаимодействия бизнеса с гражданским обществом, вынуждая при этом компании проактивно заниматься вопросами своей репутации, имиджа и отдачи от осуществления программ корпоративной социальной ответственности. В конечном результате создается культура ответственности на каждом жизненном цикле компании, начиная от стратегии развития, заканчивая повседневными операциями.

Немаловажное значение для устойчивого развития корпоративной этики в нашей стране имеет взаимодействие с образовательными и научными институтами. Университетские программы, переподготовка и повышение квалификации менеджеров в сфере деловой этики, корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития обеспечивает формирование нового поколения управленцев, которые ориентированы на цели в долгосрочной перспективе. Общие образовательные проекты с компаниями способствуют адаптации лучших зарубежных и отечественных практик, а также развитию этической инфраструктуры бизнеса [5, с. 88]. Расширение исследовательской повестки ведет к выявлению локальной специфики, разработке моделей внедрения корпоративной этики при учете национальных особенностей. Поддержка подобных инициатив со стороны органов государственной власти и бизнеса представляет собой необходимое условие долгосрочного успеха в формировании эффективных стандартов корпоративного поведения.

Существенное место в развитии высоких стандартов корпоративной этики отводится профессиональным ассоциациям и бизнес-объединениям, разрабатывающим и распространяющим эталонные кодексы поведения, организующим обучающие мероприятия, а также оказывающим консультативную поддержку собственным членам. Опыт крупных российских компаний, которые входят в международные рейтинги ответственности, является ориентиром для остальных рыночных участников. Проведение конкурсов и премий в сфере корпоративной социальной ответственности содействует, во-первых, мотивации к самостоятельному внедрению передовых практик, а во-вторых – накоплению и тиражированию успешных кейсов. Поэтому значимость профессионального сообщества состоит в выработке единообразных подходов, лоббировании интересов добросовестного ведения бизнеса и продвижении институтов саморегулирования [8, с. 54].

Следует также отметить значение корпоративной культуры, которая оказывает непосредственное воздействие на осуществление этических стандартов и корпоративной социальной ответственности в российских компаниях. Организации, в которых этика и КСО представляют собой неотъемлемую часть повседневных процессов, показывают наилучшие финансовые и репутационные результаты в сравнении с конкурентами. Результативное внедрение высокой корпоративной культуры завоевывается посредством подбора, обучения и мотивации персонала, вовлечения сотрудников в процессы принятия управленческих решений. Поддержание диалога между различными уровнями управления и учет мнения персонала – это важнейшие аспекты политики устойчивого развития. В итоге развивается прочная взаимосвязь между эффективностью компании, уровнем удовлетворенности сотрудников и социальным климатом внутри компании.

В процессе практической реализации принципов корпоративной социальной ответственности и корпоративной этики отечественные компании вынуждены сталкиваться с проблемой сопротивления переменам. На фоне недостаточной определенности и высокой турбулентности рыночной среды большинство руководителей опасаются избыточной открытости и неохотно раскрывают данные о неблагоприятных инициативах [11, с. 365]. Это, в первую очередь, объясняется традициями закрытости в деловых отношениях, а также рисками появления отрицательных последствий для имиджа и репутации. С иной стороны, в нынешних условиях открытость и готовность признавать ошибки рассматриваются обществом в качестве проявления зрелости и ответственности бизнеса. Вследствие этого в особенности важным представляется формирование механизмов поддержки и обучения лидеров изменений внутри компаний.

Продвижению КСО в России препятствует и низкая степень доверия к бизнесу со стороны гражданского общества. Провалы в осуществлении громких социально-ориентированных проектов, а также коррупционные ситуации и случаи злоупотребления полномочиями оказывали отрицательное воздействие на восприятие корпоративных инициатив. Основная задача состоит в развитии партнерских программ между бизнесом и обществом, которые нацелены на общее решение актуальных проблем территорий,

инвестирование в социальную инфраструктуру и экологические программы [3, с. 207]. Лишь на фоне открытого взаимодействия с общественными структурами возможно формирование стабильных моделей корпоративной социальной ответственности, которые способствуют восстановлению доверия и лояльности клиентов.

Необходимо указать возрастающий интерес государственных структур к вопросам этики и корпоративной социальной ответственности. Регуляторные инициативы последних десятилетий нацелены на рост прозрачности, противодействие коррупционным случаям, стимулирование инвестиционной и инновационной активности компаний посредством внедрения стандартов КСО. Формируются механизмы поддержки коллективных программ с негосударственным сектором, развивается нормативно-правовая база по нефинансовой отчетности и корпоративному управлению. Органы государственной власти вырабатывают мотивационную систему для компаний, которые интегрируют корпоративную социальную ответственность в бизнес-процессы, обеспечивая при этом лояльные условия для участия в государственных закупках и инвестиционных проектах. Поэтому законодательная и институциональная поддержка со стороны государственных институтов представляет собой важнейший элемент развития корпоративной этики.

Важная тенденция состоит в укреплении организации внутреннего контроля над следованием этическим стандартам. Все большее количество компаний создают должности комплаенс-офицеров, запускают системы внутреннего аудита, внедряют горячие линии для анонимных жалоб и развитие системы информирования о нарушениях. Подобный подход способствует оперативности в реагировании на вероятные репутационные угрозы и предотвращению злоупотреблений, которые сопряжены с коррупцией и дискриминацией. Результативное функционирование данных механизмов ведет к формированию стабильного климата доверия, обеспечивает повышение лояльности сотрудников и партнеров.

Существенного внимания заслуживает многогранность проявлений корпоративной социальной ответственности в нашей стране. Сегодня компании активным образом поддерживают волонтерские программы, образовательные проекты, проводят озеленение территории, инвестируют в инклюзивные продукты и услуги. Такие направления – это неотъемлемая часть стратегии стабильного развития. Наблюдается рост количества инициатив, которые концентрируются на локальные сообщества, что, таким образом, обеспечивает территориальное развитие и сокращение социальной напряженности. Указанный подход соответствует глобальному тренду развития «shared value», иными словами, созданию совместной ценности для бизнеса и гражданского общества.

Значимый аспект в отечественной практике корпоративной социальной ответственности состоит в поиске равновесия между экономическими и социальными целями. Зачастую компании принимают стратегические решения, которые связаны с перераспределением ресурсов между прибыльными и социально-значимыми проектами. Возможность достижения синергетического эффекта достигается посредством интеграции корпоративной социальной ответственности в каждый бизнес-процесс, начиная от корпоративной стратегии, заканчивая повседневной деятельностью [6, с. 10]. В целях достижения желаемых результатов важны специальные инструменты оценки эффективности программ корпоративной социальной ответственности и прозрачность в отчетности.

Наряду с этим отмечается рост количества компаний, внедряющих в деятельность международные стандарты корпоративной социальной ответственности, среди которых ISO 26000, GRI Standards, а также оптимизирующих корпоративное управление на основе лучших мировых практик. Участие в международных рейтингах стабильного развития обеспечивает повышение конкурентоспособности российских компаний на глобальном рынке. Международная интеграция способствует обмену успешными кейсами, перениманию методов и показателей эффективности, сглаживанию различий в уровне развития КСО между странами. Также большинству отечественных компаний приходится

функционировать под воздействием новых санкционных требований, что, в свою очередь, требует еще большей прозрачности и системы отказа от коррупционных практик.

Несмотря на этом, внедрение западных моделей корпоративной социальной ответственности в некоторых случаях вынуждено сталкиваться с социальной и организационной инерцией российских компаний. Общациональная и культурная специфика выражается в акценте КСО, в частности, традиционно проявленном путем поддержки спорта, искусства, просвещения, в то время как экологические и климатические инициативы все еще набирают востребованность [9, с. 382]. Часть компаний ошибочно считают, что реализация корпоративной социальной ответственности – это крупные материальные вложения либо разовые акции, а не системный и длительный процесс. Развитию стратегической корпоративной социальной ответственности содействуют образовательные инициативы и бенчмаркинг наилучших отечественных и международных практик.

Продвижение образования для устойчивого развития в российских компаниях представляет собой одно из важных направлений реализации КСО и развития этической корпоративной культуры. Система корпоративного обучения, развитие менторства и вовлечение персонала в принятие решений обеспечивают повышение осознанности сотрудников в сфере корпоративной социальной ответственности. Отмечается тенденция к вовлечению сотрудников в осуществление проектов посредством участия во внутренних конкурсах и акселераторах социальных инициатив. Поэтому формируется благоприятная среда для развития индивидуальной социальной ответственности и распространения положительных практик на уровне коллектива.

Важное направление развития корпоративной социальной ответственности – это акцент на гендерном равенстве, инклюзивности и защите прав человека в корпоративной среде. Ведущие компании внедряют политику недопустимости дискриминации, разрабатывают механизмы поддержки малообеспеченных работников, сотрудников с ограниченными возможностями здоровья. Внутрикорпоративные программы нацелены на выработку равных возможностей профессионального роста и развитие компетенций персонала вне зависимости от пола, возраста и других признаков. Указанный подход создает культуру уважительного отношения, ведет к сокращению внутрикорпоративных конфликтных ситуаций и повышению трудовой производительности.

Проблемой отечественной практики реализации корпоративной социальной ответственности выступает низкая осведомленность заинтересованных сторон об осуществляемых программах и результатах деятельности компаний. Многие потребители все еще слабо информированы о направлениях и масштабах социально-ответственных проектов [1, с. 13]. Одновременно с этим, практика раскрытия нефинансовой отчетности поэтапно становится правилом для публичных компаний, расширяя при этом возможности для внешней оценки эффективности корпоративной социальной ответственности. Увеличение количества публичных компаний, которые выходят с собственными инициативами на рынок, обеспечивает улучшение состояния информирования и формирование общества российских потребителей.

Более успешные отечественные компании показывают тесную взаимосвязь между внедрением стандартов корпоративной этики и достижениями в сфере корпоративной социальной ответственности. Яркие примеры свидетельствуют о том, что системные перемены возможны лишь при последовательном осуществлении ценностей на каждом уровне компании, переходе от формальных деклараций к реальным действиям. Руководство должно показывать личную заинтересованность и лидерство при продвижении этики и КСО, задавая при этом тон всей компании. Активизация инноваций, развитие системы партнерств, внедрение программ поощрения за инициативу представляют собой внутреннюю опору для изменений в долгосрочной перспективе.

Развитие института корпоративного гражданства и распространение аутентичных кейсов отечественных компаний значительно воздействуют на формирование нового

понимания места бизнеса в гражданском обществе. В современных условиях российский бизнес становится участником диалога с органами государственной власти, обществом и другими компаниями, исходя при этом из позиций ответственности, справедливости и взаимоуважения [8, с. 56]. Основным аспектом в указанном процессе выступает развитие стабильного делового климата на национальном рынке, а также усиление позиций страны в международных рейтингах ответственного бизнеса. Такая тенденция подтверждается ростом количества компаний, которые осуществляют комплексные многоуровневые программы корпоративной социальной ответственности.

Подводя итоги, отметим, что отечественная практика реализации корпоративной этики и корпоративной социальной ответственности вынуждена сталкиваться с целым сочетанием вызовов, но в то же время обнаруживает стабильные положительные тенденции в свете глобальных изменений. Действенность и результативность интеграции стандартов этики и программ КСО находится в непосредственной зависимости от зрелости корпоративной культуры, степени вовлеченности сотрудников, активности профессиональных сообществ и поддержки со стороны государственных институтов. Лишь сквозная интеграция ценностей на каждом этапе корпоративного управления, системная работа с внутренними и внешними стейкхолдерами и развитие механизмов открытого диалога могут выступить залогом успеха российских компаний в современных условиях в долгосрочной перспективе. Будущее корпоративной социальной ответственности и корпоративной этики в нашей стране сопряжено с переходом от разовых инициатив к стратегии устойчивого развития, взаимовыгодного партнерства и максимального учета интересов всех участников экономического процесса.

#### Список источников

1. Абрамова, Д.А. Связь социальной стратегии организации с концепцией корпоративной социальной ответственности / Д.А. Абрамова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2025. – № 2-1(120). – С. 11-15.
2. Бурганова, Т.А. Корпоративная социальная ответственность в современных социально-экономических условиях / Т.А. Бурганова // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2025. – Т. 11, № 5(158). – С. 18-25.
3. Головкин, М.В. Проекты социальной ответственности бизнеса в контексте устойчивого развития: проблемы и перспективы / М.В. Головкин, Л.А. Литвинова, О.Н. Зибирев // Управление проектами в контексте стратегического развития экономики: Материалы VI Национальной научно-практической конференции, Краснодар, 04 апреля 2025 года. – Краснодар: ИП Алзидан М., 2025. – С. 206-213.
4. Дмитриев, Р.В. Корпоративная социальная ответственность как способ легитимизации бизнеса: социально-правовые аспекты / Р.В. Дмитриев // Инновации в образовательном процессе: Сборник трудов XXIII Международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию основания института, Году защитника Отечества, 80-летию Победы в Великой Отечественной войне, в рамках Десятилетия науки и технологий, Чебоксары, 24 апреля 2025 года. – Чебоксары: Политех, 2025. – С. 506-511.
5. Ефимов, О.В. Инновационное развитие корпоративной социальной ответственности как фактор устойчивой трансформации бизнеса / О.В. Ефимов // Журнал монетарной экономики и менеджмента. – 2025. – № 12. – С. 87-91.
6. Заглада, Е.А. Современное состояние и развитие корпоративной социальной ответственности в Российской Федерации / Е.А. Заглада // Научный журнал «Менеджер». – 2025. – № 3(109). – С. 3-16.
7. Крикало, Д.А. Понятие, предмет, принципы и содержание корпоративной социальной ответственности / Д.А. Крикало, А.В. Редкозубова, Д.Н. Еременко // Теория и практика менеджмента: состояние и перспективы: Материалы международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава, молодых ученых,

студентов, практических работников, Ростов-на-Дону, 18 марта 2025 года. – Ростов-на-Дону: ИП Шевченко М.В., 2025. – С. 119-123.

8. Михайлова, Д.Д. Корпоративная социальная ответственность и HR – аналитика: прогнозирование и оптимизация кадровой стратегии на основе социальных показателей / Д.Д. Михайлова // Концепции развития и эффективного использования научного потенциала общества: Сборник статей Международной научно-практической конференции, Киров, 15 марта 2025 года. – Уфа: ООО «Аэтерна», 2025. – С. 53-57.

9. Новоселова, О.В. Социально ответственный бизнес в России: миф или реальность? / О.В. Новоселова, А.А. Маврина // Устойчивое развитие социально-экономической системы Российской Федерации: Сборник трудов XXVI Международной научно-практической конференции, Симферополь, 13 ноября 2025 года. – Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2025. – С. 381-384.

10. Пупенкова, К.А. Корпоративная социальная ответственность, «зеленая экономика», социально-ориентированная деятельность участников рыночных отношений / К.А. Пупенкова // Маркетинг в 3-м тысячелетии: Материалы международной научно-практической интернет-конференции преподавателей, аспирантов, студентов, Донецк, 25 апреля 2025 года. – Донецк: Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган-Барановского, 2025. – С. 103-106.

11. Савичев, Д.А. Социальная ответственность бизнеса: корпоративные социальные инициативы крупных российских корпораций / Д.А. Савичев // Устойчивое развитие (ESG): финансы, экономика, управление, промышленность: Материалы VI Национальной научно-практической конференции с международным участием, Санкт-Петербург, 23-24 октября 2025 года. – Санкт-Петербург: ООО «Поволжская научная корпорация», 2025. – С. 364-370.

#### **Сведения об авторе**

**Ефимов Олег Валерьевич**, аспирант, Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, г. Санкт-Петербург, Россия

#### **Information about the author**

**Efimov Oleg Valerievich**, graduate student, Saint Petersburg Humanitarian University of Trade Unions, Saint-Petersburg, Russia