

DOI 10.35775/PSI.2025.115.3.014

УДК 32

Н.И. ИСАКОВА

магистрант кафедры
политологии и этнополитики РАНХ и ГС
при Президенте РФ, Россия, г. Москва

Д.А. ФОМИН

аспирант факультета управления и психологии
КубГУ, Россия, г. Краснодар

Д.К. ГРИГОРЯН

кандидат политических наук, профессор кафедры
политологии и этнополитики РАНХ и ГС при Президенте РФ;
начальник кафедры информационного обеспечения
ОВД РЮИ МВД России, Россия, г. Ростов-а-Дону

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ЭЛЕМЕНТ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ: РОЛЬ БИЗНЕС-СТРУКТУР В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

В статье рассматривается возникновение и развитие феномена социальной ответственности бизнеса как одного из наиболее основных элементов устойчивого развития современного общества и государства. Анализируются различные аспекты социальной деятельности и их влияние на социальное, экономическое и экологическое благополучие. Исследованы примеры успешного внедрения социальной ответственности в деятельность крупных компаний и их влияние на общественное восприятие. Обоснована необходимость внедрения социально ориентированной деятельности в работу организаций в качестве долгосрочной стратегии развития.

Ключевые слова: социальная ответственность, бизнес, общество, устойчивое развитие, корпоративная ответственность.

В условиях глобализации, социально-экономических изменений и экологических вызовов вопрос о том, как бизнес влияет на общество, стал особенно значимым, поэтому вопрос социальной ответственности бизнес-структур является одним из наиболее приоритетных направлений, так как затрагивает множество аспектов, имеющих значительное влияние на общество, государство и экономику. Преобладание данной практики способствует созданию более устойчивых и справедливых экономических отношений, что должно являться нормой, а не исключением, поэтому является целесообразным сформировать стандарт социально ответственного поведения в бизнес-среде [12. С. 702-711].

Социальная ответственность бизнес-структур представляет собой многоуровневое и составное понятие, охватывающее разные трактовки ответственности

и ее типов. Изучением проблематики социальной ответственности бизнеса занимаются такие дисциплины, как право, социология, экономика, философия, менеджмент и этика, поэтому в процессе своего формирования концепция социальной ответственности бизнес-структур претерпела ряд значительных изменений, в результате чего возникло множество направлений исследования данного феномена [5. С. 214-228].

В истории социально-философских учений можно наблюдать динамику развития определения ответственности. В рамках философского учения Иммануила Канта, ответственность зачастую принято связывать с этикой долга: Кант выявляет абсолютный нравственный закон, который представляет собой выражение безусловного долга человека и не является зависимым от обстоятельств, времени или места. Основой данного абсолютного закона является разум, вследствие чего различают два вида ответственности: объективный, отражающий следование абсолютному нравственному закону и категорическому императиву, и субъективный, представляющий собой человеческую совесть. Ученый Макс Вебер различает этику двух видов – «этику ответственности», согласно которой внимание должно быть акцентировано на средствах, используемых для достижения поставленных целей, и ответственности за последствия осуществляемой деятельности, и «этику убеждений», которая предполагает строгое соблюдение нравственных принципов, независимо от результатов и затрат. Макс Вебер утверждал, что соотношение обоих видов этики в деятельности человека зависит от его собственного выбора, и подчеркивал, что категория ответственности имеет неразрывную связь с категорией свободы, так как только в условиях реализации человеком свободы, возникает ответственность, проявляющаяся в качестве невозможности нарушения границ и игнорирования свободы остальных людей. С позиции утилитарной точки зрения, ответственность обосновывается рационально, при чем универсальным критерием в данном случае является ее полезность для объекта ответственности. В 20 веке, ввиду растущего прогресса науки и техники, охватывающих все сферы жизнедеятельности человека, проблематика понятия ответственности вышла на новый уровень – и в таких условиях ученый Ханс Йонас пришел к заключению, что принцип ответственности может выступать как один из способов спасения человечества от угрозы гибели [5. С. 214-228].

Само понятие социальной ответственности возникло в середине прошлого столетия в США и Канаде с изданием книги «Социальная ответственность бизнесмена» Говарда Боуэна в 1953 году, на тот момент данный термин был связан с PR-деятельностью, социальным обеспечением персонала и благотворительностью. В 80-е годы прошлого столетия в рамках программы «Наше общее будущее», участие в составлении которой приняли такие крупные общественные организации, как Всемирный фонд дикой природы и Международный союз охраны природы, Организация Объединенных наций, а именно ее Программа по окружающей среде (ЮНЕП), было отражено триединство между социальным, экономическим и экологическим направлениями устойчивого развития общества,

государства и бизнеса. Современное понимание социальной ответственности бизнес-структур сформировалось в 2000-е годы после публикации Европейской Комиссией «Зеленой книги корпоративной социальной ответственности», где была проанализирована степень социальной ответственности, возлагаемой на предпринимателей. Позже была разработана Стратегия Евросоюза по продвижению социальной ответственности в качестве основополагающего элемента в обеспечении долгосрочного развития организаций и повышении уровня доверия заинтересованных лиц, также поднимались вопросы улучшения условий труда, имиджа компании, поощрения развития предпринимательской культуры [10. С. 102-105].

Очевидно, что существует прочная связь между укреплением и умножением социального капитала и формированием социальной ответственности бизнеса [11. С. 259-261]. Процесс становления и трансформации практики социальной ответственности бизнеса, ее перехода от филантропии к стратегическому подходу ведения бизнеса свидетельствует о том, что социальная деятельность перестает быть делом только самой компании – интерес к социальным программам начинают проявлять общество и государство, формируя направляющее воздействие и внешнюю среду, способствующую развитию данного явления и осуществлению перехода от благотворительности к социальным инвестициям, приносящим экономическую выгоду бизнес-структурам.

В настоящее время существенно возросло количество организаций, заинтересованных решении той или иной общественно-значимой проблемы, о чем говорит мониторинг, проведенный международной маркетингово-исследовательской компанией Ipsos и программой E+ Change: «Барометр устойчивой трансформации бизнеса 2024», где обозначено 10 ведущих российских социально ответственных компаний: ПАО «Сбербанк России», ПАО «Корпоративный центр ИКС 5», ПАО «ГМК «Норильский никель», ООО «Лемана ПРО», ООО «Яндекс», ПАО «Сибур Холдинг», ООО «Вкусно и точка», ООО «Юнилевер Русь», ООО «ЛаМода» и Госкорпорация «Ростатом». Полученные результаты основываются на проведенном экспертами опросе о внедрении принципов устойчивого развития компаниях, о драйверах и барьерах по их реализации и на анализе социальных проектов, представленных на конкурсе E+ Awards. Согласно проведенной аналитике, увеличился процент компаний, ставящими перед собой цель изменить поведение граждан в сторону более ответственных привычек: 56% в 2024 году по сравнению с 45% в 2023 году, и решить какую-либо экологическую или социальную проблему при запуске своего проекта: 75% в 2024 году против 53% в 2023 году (рис. 1) [4].

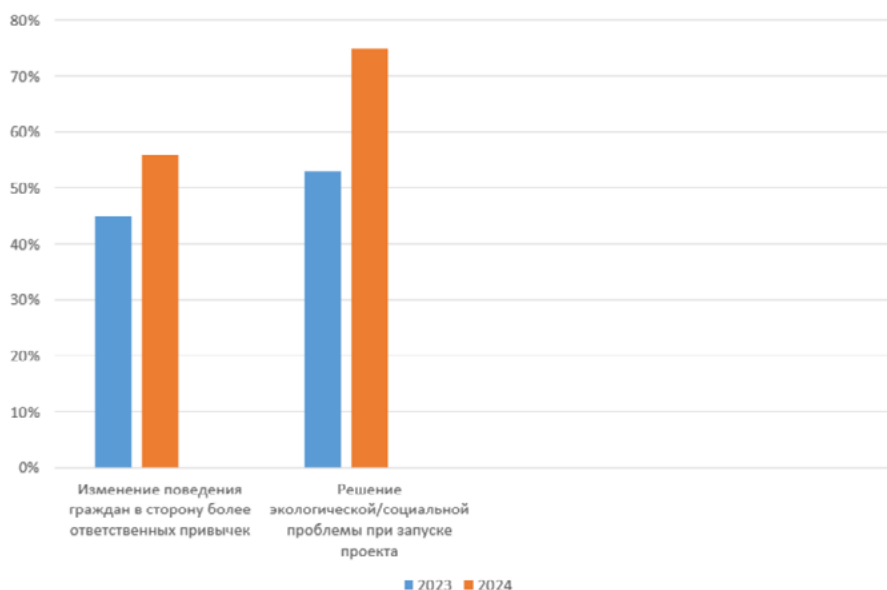


Рис. 1. Процентное соотношение целей социально ответственных компаний за 2023-2024 гг.

Однако, рассматривая бизнес как субъект социальной ответственности, можно выявить следующее противоречие: специфика деятельности бизнеса заключается в стремлении к максимизации прибыли и минимизации издержек, но принятие дополнительной социальной ответственности, которая требует определенных затрат собственных ресурсов и средств, не вписывается в привычные модели экономического поведения. По данной причине довольно сложно сформулировать понятие социальной ответственности бизнес-структур, ведь идет противопоставление между ценностями общества и бизнеса, этическими и экономическими целями. В Российской Федерации под социальной ответственностью бизнеса понимается способ цивилизованного разрешения возникающих социально-трудовых конфликтов с целью достижения социальной стабильности в узком смысле, и как добровольная деятельность бизнеса, превышающая требования общепринятых этических норм и законодательного минимума, а также направленная на развитие экономической, социальной, экологической областей в более широкой трактовке [2. С. 4069-4082]. Зарубежные исследователи понимают социальную ответственность в качестве обязательства, самостоятельно взятого на себя бизнесом, по поддержанию стабильного экономического развития посредством налаженного взаимодействия с работниками и их семьями, местными сообществами и обществом в целом в целях повышения уровня благосостояния населения и развития бизнеса. Таким образом, мы можем подытожить, что социально ориентированная деятельность предприятий направлена прежде всего на налаживание взаимовыгодных отношений с обществом и государством,

посредством учета интересов граждан, внося определенный вклад в развитие инфраструктуры, защиты окружающей среды, поддержку наиболее уязвимых слоев населения, повышения уровня его благосостояния и стимулирования экономического развития в целом.

Уровень информированности населения о результатах деятельности социально ответственных компаний был опубликован Всероссийским центром изучения общественного мнения. На основании проведенного опроса были получены следующие результаты: о социально ориентированных проектах крупных компаний слышано 47% граждан (рис. 2), при чем большинство из них проживает в Уральском федеральном округе, который считается самым промышленным регионом нашей страны, поэтому важно отметить такую закономерность – жители населенных пунктов, расположенных рядом с крупными промышленными организациями в 1,5 раза чаще проинформированы (54%) об их социально ориентированной работе на местном уровне, по сравнению теми гражданами, место жительства которых находится в отдалении от подобных производств (36%) (рис. 3) [1].

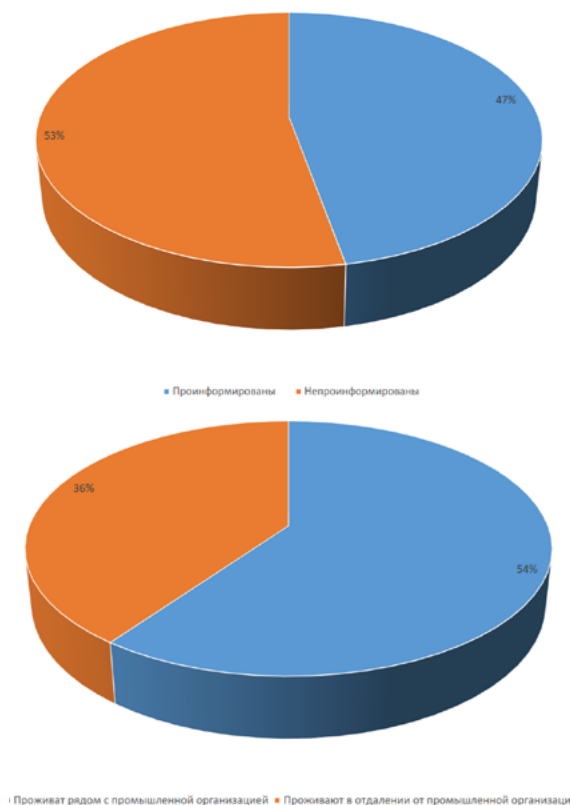


Рис. 2. Рис. 3. Уровень информированности населения о результатах деятельности социально ответственных компаний

Также результаты опроса показали, что наиболее знакомыми для граждан социальными проектами являются мероприятия по облагораживанию социально значимых объектов – дороги, дворы, детские площадки, парки, скверы, школы и детские сады, объекты здравоохранения и культурно-досугового времяпрепровождения (69%), реализация проектов в сфере социальной поддержки, такие как обучение новым профессиям и социальная помощь (19%), деятельность по поддержке экономики региона, включая создание дополнительных рабочих мест, развитие промышленности и сельского хозяйства (11%) и оказание содействия участникам специальной военной операции и членам их семей в виде развития оборонных предприятий, волонтерской и гуманитарной помощи (7%) (рис. 4) [1].

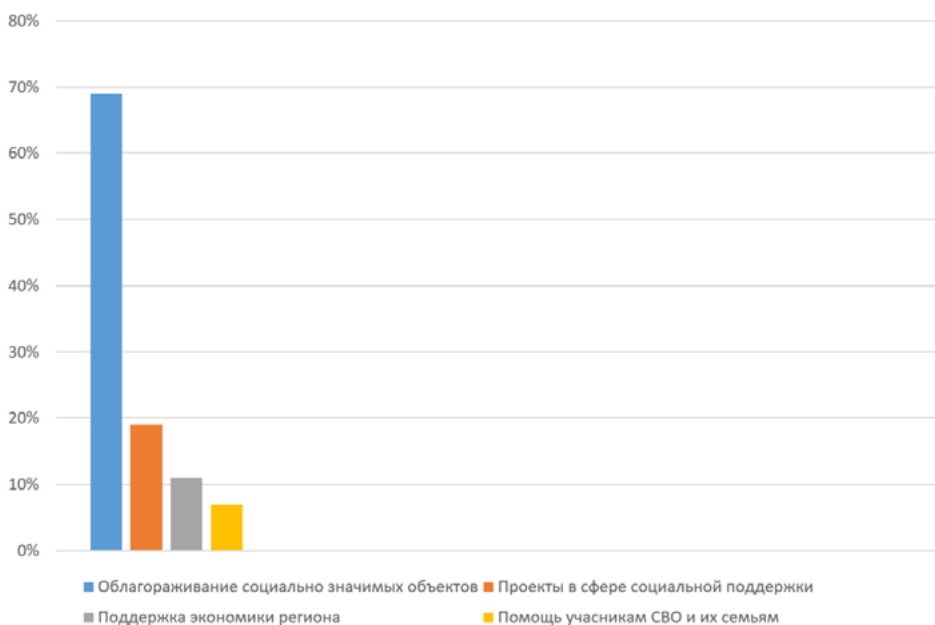


Рис. 4. Процентное соотношение знакомых гражданам социальных проектов бизнес-организаций

Как упоминалось выше, социальная ответственность бизнес-структур – это понятие составное и многоуровневое, следовательно оно имеет такой же многоуровневый характер. Эксперты выделяют следующие уровни социальной ответственности:

- базовый: предполагает соблюдение обязательств в виде своевременной выплаты заработной платы сотрудника и налоговых отчислений государству, предоставление рабочих мест населению;
- расширенный: включает обеспечение достойных условий не только труда, но и жизни работников: повышение уровня квалификации работников,

предоставление профилактического лечения, строительство жилья и внесение своего вклада в развитие социальной сферы;

– высший: подразумевает собой участие в благотворительной деятельности, финансирование социальных проектов (в качестве партнера или организатора) и заботу об экологии [3. С. 71-75].

Одной из наиболее известных и успешных социально ответственных компаний является «Газпром», чья деятельность имеет стратегическую направленность для развития российской экономики и затрагивает интересы всего общества, из чего, соответственно, вытекают основополагающие принципы деятельности организации: оказание содействия социально-экономическому развитию регионов Российской Федерации, создание достойных условий труда, обеспечение благоприятного делового климата и внимательное отношение к общественным потребностям и интересам (6). «Газпром межрегионгаз» разрабатывает и реализует социально ориентированные проекты по самым разным направлениям, включая предоставление благотворительной помощи общественным организациям и уязвимым группам населения, охрану исторических и национальных ценностей, заботу о здравоохранении граждан, пропаганду ведения здорового образа жизни, физической культуры и спорта. Так, например, при поддержке ООО «Газпром трансгаз Екатеринбург» в конце декабря 2023 года был проведен благотворительный футбольный матч в городе Екатеринбурге при Уральской академии футбола, данная предновогодняя акция носит традиционный характер и осуществляется совместно с Федерацией футбола лиц с заболеванием церебральным параличом Свердловской области. «Большая благодарность была выражена детьми и их родителями профкому Администрации компании, Службе корпоративной защиты газотранспортного предприятия и всему коллективу «Газпром трансгаз Екатеринбург» за оказание содействия в проведении турнира и за новогодние подарки», – отметил вице-президент Федерации футбола Иван Федюкин (3). Другим активно развивающимся направлением социально ориентированной деятельности компании выступает участие региональных газовых предприятий в программе «Газпром – детям», в рамках которой был построен физкультурно-оздоровительный комплекс «Воин» в городе Биробиджане Еврейской автономной области. 16 ноября 2024 года на мероприятии, посвященном торжественной передаче комплекса, Николай Кузьмичев – начальник отдела по связям с общественностью Фонда поддержки социальных инициатив «Газпрома» – прокомментировал, что в рамках реализуемого проекта возведено уже более 2100 объектов спортивного назначения (1). Таким образом, крупные социально ориентированные компании, осуществляя поддержку населению, посредством сотрудничества с региональными и местными органами власти, способствуют развитию стандартов социальной ответственности в области решения и предотвращения актуальных социальных проблем.

Также мы подробнее рассмотрим такой аспект социальной ответственности бизнеса, как корпоративная культура, взаимодействие которых оказывает существенное положительное влияние на организации, стремящиеся добиться

дополнительных конкурентных преимуществ и стабильных позиций на рынке. Данный подход к устойчивому развитию организаций носит название корпоративной социальной ответственности бизнес-структур – концепция, согласно которой компания возлагает на себя обязательства перед широкой аудиторией в лице клиентов, сотрудников, поставщиков, местных сообществ и государственных органов. Составными компонентами корпоративной социальной ответственности бизнеса являются:

- экономическая ответственность, включающая широкий спектр финансовых обязательств предприятия, включая прозрачность в отношении поставщиков и потребителей, управление трудовыми ресурсами, взаимодействие компании с государственными учреждениями, а также социальные обязательства перед обществом, что можно рассмотреть на примере образовательных проектов «Яндекса», в частности это «Яндекс Учебник» и «Школа программирования Яндекса» (4). Данные образовательные инициативы осуществляются на безвозмездной основе и предоставляются школьникам в целях поддержки образования и подготовки новых компетентных рабочих кадров в области цифровой экономики, что имеет долгосрочные экономические и социальные выгоды;

- социальная ответственность, которая охватывает вопросы безопасности труда, соблюдения прав работников, ответственности бизнеса за предоставляемые товары и услуги, соблюдения принципов корректной рекламы и взаимодействия с потребителями – одним из ярких примеров данного вида корпоративной социальной ответственности является электронный курс от ПАО «Сбербанк России» – «Сбер для всех», данная инициатива направлена на тех, кто хочет сформировать благоприятную атмосферу в команде, освоить принципы создания корпоративной культуры и инклюзивной среды, разобраться в вопросах взаимодействия с людьми с ограниченными возможностями (5);

- этическая ответственность, акцентирующая внимание на принципах этичности и справедливости в ведении бизнеса, она предполагает установление честных и доверительных взаимоотношений со всеми заинтересованными сторонами, в том числе поставщиками, клиентами и инвесторами, включает в себя соблюдение норм и стандартов, способствующих формированию положительной репутации компании: так, например, компания «Лукойл» является одной из первых российских компаний, которая внедрила этический кодекс для своих сотрудников и поставщиков, регулирующий следующие аспекты трудовой деятельности: принципы деловой этики, антимонопольное регулирование и политику по противодействию коррупции (2);

- экологическая ответственность, которая подразумевает комплексный анализ использования природных ресурсов и включает оценку воздействия производственной деятельности на окружающую среду, связанного с сокращением объемов загрязняющих выбросов, парниковых газов и твердых отходов, реализацию практик рационального водопользования. Данная практика уже реализуется в российских компаниях, например организация «Норникель» в марте 2024 года в связи с текущей геополитической обстановкой и международными

стандартами, востребованными среди потребителей, обновила свою стратегию в области экологии и основных направлений углеродной нейтральности [6].

7 августа 2024 года Всероссийский центр изучения общественного мнения опубликовал результаты опроса россиян об их отношении к социальной ответственности крупного бизнеса, по результатам которого было установлено, что ожидания общественности носят все же выраженный общественный, а не корпоративный характер. Согласно данным, подавляющее большинство россиян – 61% – считает, что крупные предприятия должны быть ориентированны на социально значимые проекты, направленные, прежде всего, на местных жителей, упоминания адресной помощи уязвимым группам встречаются в ответах в два раза реже – только у 28% респондентов, а поддержка компанией своих сотрудников и их семей — лишь в 21% (рис. 5) [1].

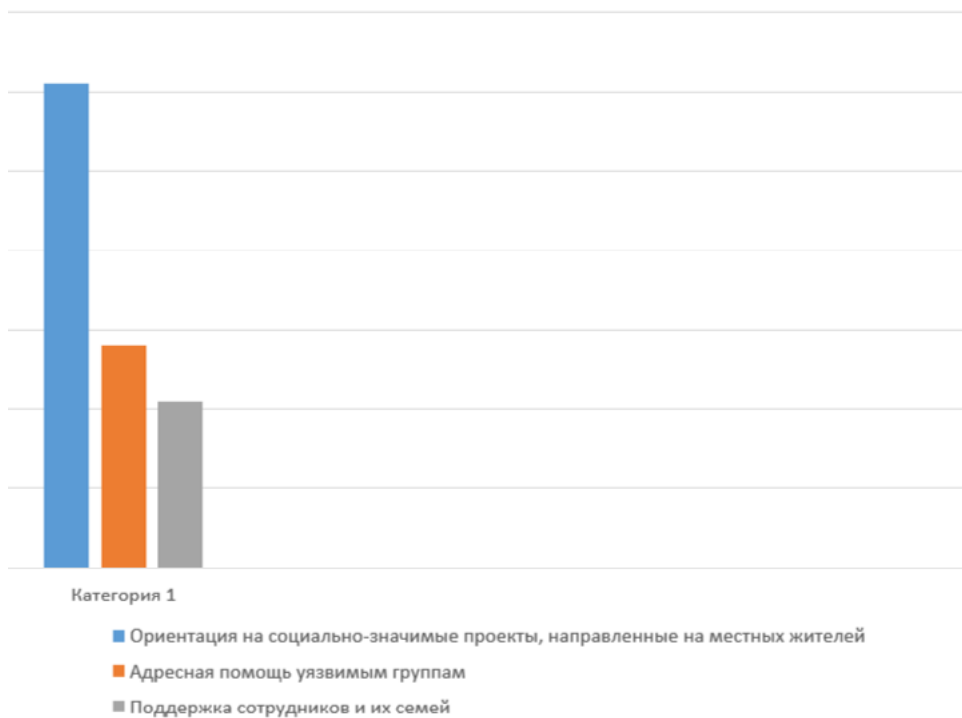


Рис. 5. Результаты опроса россиян об их отношении к социальной ответственности крупного бизнеса

В настоящий момент, тема социальной ответственности бизнеса вызывает широкий спектр мнений и дискуссий, поскольку в условиях глобализации и усиления общественного контроля над действиями компаний, роль бизнеса в социальной и экологической сферах требует особого внимания, так как с одной

стороны, принятие принципов социальной ответственности может привести к укреплению репутации компании, повышению доверия со стороны потребителей и созданию устойчивых отношений с обществом. С другой стороны, существует мнение о том, что фокус на социальных инициативах может отвлекать от основной задачи бизнеса — максимизации прибыли. Эти двойственные аспекты социальной ответственности создают полемику, в которой стоит рассмотреть как положительные, так и отрицательные стороны этого явления, чтобы прийти к более глубокому пониманию его влияния на бизнес и общество в целом [2. С. 4069-4082]. Ведущими положительными аспектами практики социальной ответственности бизнес-структур являются следующие позиции: увеличение конкурентоспособности организации, в том числе на международном уровне, увеличение роли гражданского общества в государственном масштабе, рост интереса потребителей к компании и ее поведению в обществе, развитие сотрудничества и партнерства между государством и бизнесом, компенсация недостающих ресурсов государства для проведения социальной политики, рост мероприятий, проводимых правительством, и общественных движений по защите окружающей среды, усиление глобализации рынка труда, повышение роли компаний в развитии регионов. К основным аргументам против социальной ответственности бизнеса в России относятся: снижение размеров дивидендов, возрастание затрат ресурсов на производство, уменьшение прибыли в краткосрочной перспективе, риск понижения заработной платы сотрудников компании для компенсации затрат на реализацию социальных проектов, отвлечение ресурсов от основной деятельности предприятия, что может негативно сказаться на его производительности.

Несмотря на наличие негативных последствий, часть экспертов придерживается мнения, что социальная ответственность подразумевает не как способ потратить деньги, а как их приумножить [9. С. 36-39]. Данное утверждение было основано на основе работы «Корпоративная социальная ответственность. Как сделать как можно больше добра для вашей компании и общества», Филипа Котлера – американского профессора Высшей школы менеджмента Дж. Л. Келлога при Северо-Западном университете США и Нэнси Ли – консультанта по социальному маркетингу. Авторы дают обоснование данной концепции и обосновывают ее полезность тем, что она является долгосрочной стратегией, меняющей подход к ведению бизнеса путем внедрения в бизнес-стратегии универсальных ценностей.

Социальная ответственность бизнеса является не просто желательной, но и критически важной составляющей устойчивого развития общества, поэтому для обеспечения правомерной деятельности организаций в данном направлении необходимо наличие законодательного регулирования, которое обеспечит баланс между экономическими целями и интересами государства и общества [12. С. 702-711]. Законы и нормативы в этой области способны стимулировать компании к более ответственному экономическому поведению и создать справедливые условия для всех участников социально-экономической деятельности.

В Российской Федерации социальная ответственность бизнеса регулируется соответствующими нормативно-правовыми актами – Распоряжением Правительства РФ от 27.12.2018 № 2950-р «Об утверждении Концепции развития добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации до 2025 года» [8], где закреплено о необходимости включения в программы предприятий в рамках реализации социальной ответственности бизнеса оказания содействия мероприятиям по поддержке добровольческой (волонтерской) деятельности, и «Основами государственной политики в области экологического развития Российской Федерации на период до 2030 года» (утв. Президентом РФ 30.04.2012) [7], где прописано положение о повышении экологической и социальной ответственности бизнеса.

Таким образом, ссылаясь на выше изложенное, мы пришли к следующим выводам: социальная ответственность предприятий представляет собой новую общественно полезную, взаимовыгодную и взаимообусловленную концепцию ведения бизнеса и систему многосторонних отношений, которые отражают как ожидания общества, так и различные виды и формы социальной активности, следовательно, понятие социальной ответственности подразумевает под собой гораздо более широкую деятельность, чем просто благотворительность. В данном контексте социальное партнерство выступает в качестве формализованного, конструктивного и конкретного диалога между государственной властью, гражданским обществом и бизнес-структурами, где каждый участник формулирует и представляет собственную долю социальной ответственности. В России данное успешное взаимодействие уже наблюдается на региональном и местном уровнях, где зачастую сотрудничество в сфере социальной ответственности осуществляется в виде социального межсекторного партнерства.

Принимая во внимание вышесказанное, можно заключить, что социальная ответственность бизнес-структур является неотъемлемой частью успешной бизнес-стратегии и устойчивого развития общества и государства, она подчеркивает важность соблюдения баланса между экономическими интересами компаний и социальными обязательствами по отношению к обществу и природе. Активное вовлечение бизнеса в социальные инициативы позволяет создать доверительные отношения с клиентами и партнерами, повысить презентабельность и конкурентоспособность организации, а также способствует развитию инноваций и укрепления стабильности, решению актуальных проблем и формированию гармоничных и наиболее эффективных взаимоотношений общества с окружающей средой.

ПРИМЕЧАНИЯ:

- (1) «Газпром – детям» // <https://www.gazprom.ru/sustainability/local-communities/children/>.
- (2) ЛУКОЙЛ – Этика и соответствие законодательству // <https://lucoil.ru/Sustainability/Ethics>.

- (3) Поддержка спорта // <https://www.gazprom.ru/sustainability/local-communities/supporting-sports/>.
- (4) Проекты Яндекс Образования // <https://education.yandex.ru/catalog>.
- (5) Сбер для всех // <https://sberuniversity.ru/learning/course/sber-dlya-vseh>.
- (6) Социальная ответственность // <https://mrg.gazprom.ru/social/>.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. ВЦИОМ. Новости: Социальная ответственность бизнеса в эпоху СВО // <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/socialnaja-otvetstvennost-biznesa-v-ehpokhu-svo>.
2. **Данилова Л.С.** Социальная ответственность бизнеса: дискурс в российских научных изданиях / Л.С. Данилова, Д.А. Шпилев // Социология и общество: традиции и инновации в социальном развитии регионов: Сборник докладов VI Всероссийского социологического конгресса, Тюмень, 14-16 октября 2020 года / Отв. редактор В.А. Мансуров. Тюмень: Российское общество социологов, 2020. DOI 10.19181/kongress.2020.479. EDN JBMXMT.
3. **Еникеев Б.И.** Эволюция концепции корпоративной социальной ответственности / Б.И. Еникеев, А.А. Хасанов, А.А. Рабцевич // Новая наука: Проблемы и перспективы. 2016. № 3-1 (67). EDN VPSIRF.
4. Названы топ-10 социально ответственных компаний России // Executive.ru // <https://www.e-xecutive.ru/sections/hr-news/news/2098265-nazvany-top-10-sotsialno-otvetstvennyh-kompanii-rossii>.
5. **Никифорова О.А.** Концепции социальной ответственности бизнеса: исходные понятия и классификации / О.А. Никифорова, Д.О. Митрофанова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2017. Т. 10. № 2. DOI 10.21638/11701/spbu12.2017.206. EDN ZDDDUZ.
6. «Норникель» утвердил обновленную стратегию в области экологии и основные направления углеродной нейтральности // 05.03.2024. Техэксперт // <https://cntd.ru/news/read/nornikel-utverdil-obnovlennuu-strategiu-v-oblasti-kologii-i-osnovnye-napravleniya-uglerodnoy-neytralnosti>.
7. «Основы государственной политики в области экологического развития Российской Федерации на период до 2030 года» (утв. Президентом РФ 30.04.2012) // КонсультантПлюс // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_129117/.
8. Распоряжение Правительства РФ от 27.12.2018 № 2950-р «Об утверждении Концепции развития добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации до 2025 года» // КонсультантПлюс // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_314804/.
9. **Симхович В.А.** Социально-ответственная деятельность работников бизнес-структур // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. 2021. № 3. DOI 10.51692/1994-3776_2021_3_36. EDN ESMQZY.

10. **Скотников В.В.** Корпоративная культура, концепция устойчивого развития и социальная ответственность: положительное воздействие на деятельность организации // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2011. № 3. EDN NXRXCXV.
11. **Фомин Д.А.** Социальная ответственность бизнеса и формирование социального капитала в современной России: региональный аспект / Д.А. Фомин, Д.К. Григорян // Патриотизм в современной России в условиях роста угроз национальной безопасности: Материалы научно-практической конференции с международным участием, Ростов-на-Дону, 17-20 февраля 2023 года. Ростов-на-Дону: Южно-Российский институт управления – филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (ЮРИУФ РАНХиГС), 2023. EDN RXIFSA.
12. **Фомин Д.А.** Социальная ответственность бизнеса как институт гражданского общества в современной России / Д.А. Фомин, Д.К. Григорян // Вопросы политологии. 2023. Т. 13. № 2 (90). DOI 10.35775/PSI.2023.90.2.024. EDN ELIVCM.

N.I. ISAKOVA

Undergraduate of the Department
of Political Science and Ethnopolitics of the Russian Academy
of Sciences and GS under the President of the Russian
Federation, Moscow, Russia

D.A. FOMIN

Postgraduate student of the Faculty
Management and Psychology, KubGU,
Krasnodar, Russia

D.K. GRIGORYAN

Candidate of Political Sciences, Professor of the Department
of Political Science and Ethnopolitics of the Russian Academy of Sciences
and the State Duma under the President of the Russian Federation
Head of the Department of Information Support of the Ministry
of the Department of Internal Affairs of the Ministry
of Internal Affairs of the Russian Federation,
Rostov-on-Don, Russia

RESPONSIBILITY AS AN ELEMENT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT: THE ROLE OF BUSINESS STRUCTURES IN MODERN SOCIETY

The article examines the emergence and development of the phenomenon of social responsibility of business as one of the most basic elements of sustainable development of modern society and the state. Various aspects of social activity and their impact on socio-economic and environmental well-being are analyzed. The examples of successful implementation of social responsibility in the activities of large companies and their impact on public perception are studied. The necessity of introducing socially oriented activities into the work of organizations as a long-term development strategy is substantiated.

Key words: social responsibility, business, society, sustainable development, corporate responsibility.