

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2020.62.25.007

## **Социальная ответственность бизнеса в аграрном секторе экономики**

**Богачев Михаил Юрьевич**

Кандидат технических наук, доцент,  
Российский государственный геологоразведочный  
университет им. Серго Орджоникидзе,  
117997, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 23;  
e-mail: bogachevmy@mgri.ru

**Забайкин Юрий Васильевич**

Кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры производственного и финансового менеджмента,  
Российский государственный геологоразведочный  
университет им. Серго Орджоникидзе,  
117997, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 23;  
e-mail: zabaykinyv@mgri.ru

**Назарова Зинаида Михайловна**

Доктор экономических наук, профессор,  
завкафедрой производственного и финансового менеджмента,  
Российский государственный геологоразведочный  
университет им. Серго Орджоникидзе,  
117997, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 23;  
e-mail: nazarovazm@mgri.ru

**Леонидова Юлия Анатольевна**

Старший преподаватель кафедры производственного и финансового менеджмента,  
Российский государственный геологоразведочный  
университет им. Серго Орджоникидзе,  
117997, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 23;  
e-mail: leonidovaya@mgri.ru

### **Аннотация**

В статье рассматриваются цели и принципы социальной ответственности в аграрном бизнесе. Авторы отмечают, что сегодня в отечественной науке наблюдается рост интереса к проблеме социальной ответственности. Социальную ответственность считают одной из характеристик предпринимательской деятельности в аграрном секторе. Социальная ответственность в предпринимательской деятельности в аграрном секторе – это готовность понять и быстро отреагировать на потребности общества, отводя при этом на второй план

часть своих интересов, связанных с получением краткосрочной прибыли. В случае внедрения принципов социальной ответственности получает пользу не только общество, но и организация (предприятие, фирма и тому подобное). Осуществляя такую политику, предприятия получают для себя ряд преимуществ. Социально ответственное предприятие должно учитывать социальные аспекты воздействия своего бизнеса на работников, потребителей и местные общины, в рамках которых происходит его деятельность, а также вносить определенный позитивный вклад в решение социальных проблем общества в целом.

#### **Для цитирования в научных исследованиях**

Богачев М.Ю., Забайкин Ю.В., Назарова З.М., Леонидова Ю.А. Социальная ответственность бизнеса в аграрном секторе экономики // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2020. Том 10. № 9B. С. 621-630. DOI: 10.34670/AR.2020.62.25.007

#### **Ключевые слова**

Продажа товаров, влияние факторов, эксперименты, программное обеспечение, конкурентоспособность.

## **Введение**

Становление и развитие современного типа экономики на основе высокого уровня социализации свидетельствует о новом этапе социально-экономических и культурных процессов, который непосредственно связан с социально ответственным поведением общества, государства, отдельных юридических и физических лиц. Социализация экономики является одним из механизмов согласования и достижения консенсуса между общественными и личными интересами. То есть социальная направленность экономики ориентирует ее не только на экономические и материальные аспекты, но и на человеческие, экологические, ведь с бурным развитием общества возникает потребность в переосмыслении основных подходов и целей развития. С научной точки зрения термин «социализация экономики» не имеет однозначного толкования и интерпретируется по-разному. С одной стороны, это взаимоотношения общества и государства по удовлетворению требований и потребностей индивидов, а с другой – принятие определенных норм их поведения, заложенных обществом, на основе которых они будут формироваться как личность и распространять нормы и ценности в обществе. То есть это неразрывная и двусторонняя связь между государством и индивидами, которая формируется через социализацию экономики [Юмаева, Смотров, Царегородцева, 2020].

В большинстве развитых стран мира актуальными остаются экономические показатели развития, однако все большее внимание заслуживают индикаторы социально-экологического развития общества. Социализация экономики неразрывно связана с социально ответственным поведением государства в процессе выполнения им своих функций и процедур отчетности перед обществом. Изучая социализацию экономики, необходимо, с одной стороны, рассматривать государство как координатора и регулятора социальных отношений, а с другой – человека (личность), которая приобщается к социальной политике государства и формируется как индивид. По нашему мнению, эффективность взаимодействия этого механизма возможна лишь при условии защиты интересов и сбалансирования потребностей человечества с возможностями государства, что возможно на основе сбалансированного развития.

## Основная часть

Проблема социальной ответственности широко раскрыта в зарубежной литературе, где необходимость социальной ответственности предпринимательской деятельности в аграрном секторе обусловлена важностью ее роли в обществе. Субъекты предпринимательства должны иметь целью не только получение прибыли, то есть заниматься сугубо экономическими интересами. Речь идет о том, что, например, корпорация – это больше чем экономический институт, это социоэкономический институт. И именно здесь проявляются признаки системности. Система саморегулирования субъектов предпринимательской деятельности в аграрном секторе выдвигает более высокие требования и стандарты, чем государство. Зарубежные ученые выделяют несколько толкований, определяющих социально ответственное поведение предпринимательской деятельности в аграрном секторе. Среди них можно выделить следующие:

- социальное обязательство как ответ на социальные проблемы благодаря соблюдению права;
- социальная ответственность как реагирование на социальные проблемы посредством принятия на себя ответственности за различные социальные программы;
- социальная отзывчивость как активное участие в социальных программах для социальной пользы.

Однако более распространенным является такое определение понятия «социальная ответственность»: обобщенная сущность его заключается в признании взаимозависимости между лицами, организациями и социальными институтами, а также поведением, что отражает осознание в пределах основы нравственных, этических и экономических ценностей. Ответ корпорации на требование социальной ответственности отражает необходимость широкого, хорошо спланированного, позитивного усилия, основанного на конкретных целях, установленных с учетом общественных интересов.

По моему мнению, предпочтение следует отдать такому подходу, при котором социальная ответственность предпринимателей понимается в контексте понятий «ответственность бизнеса» и «ответственность государства перед бизнесом». В словаре-справочнике по экономике эти понятия определены так: ответственность бизнеса (*responsibilities of business*) – обязанность конкретных лиц, которые занимаются бизнесом (управляющих или менеджеров), в отношении собственников предприятия, сотрудников, клиентов и общества в целом. Основные обязанности можно объединить в две группы: обязанности, связанные с юридической ответственностью; обязанности, связанные с социальной ответственностью.

Социальная ответственность бизнеса (*social responsibilities of business*) – это ответственность управляющих или менеджеров за экологические последствия своей деятельности, за справедливость и отсутствие дискриминации при найме на работу, а также ответственность перед потребителями [Тагирова, Лунёва, Сафиуллина, 2020]. Ответственность государства перед бизнесом (*responsibility of government toward business*) – определение правил, соблюдение которых позволит частному бизнесу, оставаясь свободным и процветающим, приносить пользу обществу [Катаев, Хотненко, 2020]. При таком подходе социальную ответственность в сфере предпринимательской деятельности в аграрном секторе понимаем в неразрывной связи с юридической ответственностью предпринимателей, что позволяет проследить их взаимосвязи и взаимозависимости, а также подчеркивает взаимную ответственность двух сторон предпринимательских отношений – предпринимателей и государственных органов.

В отечественной науке также наблюдается рост интереса к проблеме социальной ответственности. Социальную ответственность считают одной из характеристик предпринимательской деятельности в аграрном секторе. Внимание акцентируется на том, что современный предприниматель – это не только бизнесмен, который умело ведет коммерческую деятельность, ему присуще еще и чувство социальной ответственности за свои действия [Сысоева, Фирстова, 2019]. При этом в отечественной литературе оперируют двумя понятиями. Первое – это социальная ответственность, которую, по мнению Д. Розенберга, можно трактовать как общественную ответственность, ожидание того, что компании должны действовать в интересах общества и вносить свой вклад в решение общественных и социальных проблем. Второе – социально ответственный подход, при котором предприятие имеет общественные и экономические цели, а также обязанность предвидеть возможность появления социальных проблем и активно предотвращать их возникновение [Сергиенко, Кукарцев, Багаева, 2020].

Характеризуя социальную ответственность, большинство исследователей акцентирует внимание на добровольном характере принятия на себя такой ответственности, что корреспондируется с желанием организации внести свой вклад в развитие общества. Как правило, речь идет о различных действиях филантропического характера, которых никто не требует и которые не приносят компании ощутимой выгоды [Кабанов, Скитер, Кетько, Солнышкина, 2020].

Таким образом, социальная ответственность в предпринимательской деятельности в аграрном секторе – это готовность понять и быстро отреагировать на потребности общества, отводя при этом на второй план часть своих интересов, связанных с получением краткосрочной прибыли.

Отметим, что в случае внедрения принципов социальной ответственности получает пользу не только общество, но и организация (предприятие, фирма и тому подобное). Осуществляя такую политику, предприятия получают для себя ряд преимуществ, в частности:

- формируется более привлекательный образ предприятия в обществе;
- растет доверие к предприятию;
- увеличиваются товарооборот, количество клиентов и т.п., что обусловлено улучшением отношения к предприятию;
- появляется возможность получить более выгодные заказы;
- благодаря новым позициям предприятие может проводить более активную, эффективную политику в обществе, расширяя свою деятельность, например рынки сбыта;
- появляется возможность снижения местных налогов и др. [Лукина, 2019].

Социальная ответственность бизнеса указывает на обязанность субъектов предпринимательской деятельности в аграрном секторе осуществлять свою деятельность, не только не нарушая интересов общества и контрагентов, но и участвуя в решении общественных проблем. Социальная ответственность в предпринимательской деятельности в аграрном секторе тесно связана с воплощением принципа партнерства в предпринимательских отношениях не только по горизонтали, но и по вертикали. Принцип партнерства хозяйствующих субъектов как принцип предпринимательского права предполагает деловое сотрудничество этих субъектов, их содействие друг другу в выполнении обязательств. Социально ответственное предприятие должно учитывать социальные аспекты воздействия своего бизнеса на работников, потребителей и местные общины, в рамках которых происходит его деятельность, а также

вносить определенный позитивный вклад в решение социальных проблем общества в целом.

Общественность всегда ожидает от предпринимательской деятельности в аграрном секторе не только высоких экономических результатов, но и существенных достижений с точки зрения социальных целей общества. То есть предприятие должно уравнивать свои экономические цели в соответствии с социальными интересами тех, кто образует социальную среду.

Многочисленные споры о роли предпринимательства в обществе определяют множество аргументов «за» и «против» социальной ответственности. Среди основных аргументов «за» можно выделить следующие. Во-первых, благоприятные для предпринимательства долгосрочные перспективы, обусловленные социальными действиями предприятий, в результате которых улучшается жизнь местного сообщества или устраняется необходимость государственного регулирования в этой сфере. Предприятия получают выгоду от участия в жизни общества. Во-вторых, изменение потребностей и ожиданий широкой общественности, участие компаний в решении социальных проблем становятся и ожидаемыми, и необходимыми. В-третьих, наличие серьезных ресурсов для оказания помощи в решении социальных проблем.

Предпринимательская деятельность имеет в своем распоряжении значительные человеческие и финансовые ресурсы, что обеспечивает предпосылки для передачи их части на социальные нужды. В то же время есть много аргументов «против» социальной ответственности, а именно: нарушение принципа максимизации прибыли; расходы на участие в социальных программах; недостаточный уровень отчетности широкой общественности; неумение решать социальные проблемы и т.п. [Нестеренко, 2019].

Однако становится очевидным, что социальная ответственность предпринимательской деятельности в аграрном секторе в современный период является необходимостью. Сущность ее заключается, прежде всего, в поиске компромисса между государством и бизнесом, бизнесом и обществом. В экономически развитых странах предпринимательские структуры объединяют свои усилия для обеспечения социальной защиты населения, а также для решения наиболее актуальных, иногда глобальных проблем, стоящих перед обществом, которые не могут быть решены только усилиями государства.

Социальное предпринимательство нельзя отождествлять с социальной ответственностью, при которой определенная бизнес-структура должным образом заботится о влиянии своей деятельности на среду, в рамках которой она осуществляется. В то же время социально ответственный бизнес может способствовать развитию социальных предприятий. Представители корпораций, например, могут оказывать консультативную поддержку тем, кто руководит социальными предприятиями [Мурзагалина, 2019]. Эти два вида предприятий одинаково важны, однако социальное предприятие, в отличие от социально ответственной предпринимательской деятельности в аграрном секторе, не существует для приумножения прибыли акционеров.

В научной литературе выделяют три основные характеристики социального предприятия. Во-первых, торговля, ведь жизнеспособность этих предприятий достигается именно через торговую/коммерческую деятельность. Во-вторых, социальное назначение, ибо в основе их деятельности – социальные цели (создание рабочих мест, проведение тренингов и развитие определенных навыков, оказание услуг и производство товаров на местном уровне). В-третьих, социальная собственность, ведь они находятся в собственности общин (пользователей услуг или клиентов, местных общественных объединений и т.п.) [Нестеренко, 2019]. В качестве примеров социальных предприятий можно привести предприятия, которые принадлежат и управляются обществом, в частности сельские магазинчики или здания, служат общественным потребностям

общин; учреждения по уходу за детьми, которые принадлежат и администрируются родителями; кредитные союзы; кооперативы; трасты развития – организации, владеющие имуществом (которое может быть предоставлено органами местной власти), например, домом, который они могут использовать для получения прибыли для своих социальных целей.

Социальное предпринимательство должно решать социальные проблемы, связанные с безработицей, бедностью, разобщенностью общины и тому подобное. Эти предприятия должны удовлетворять те потребности членов общины, которые не может удовлетворить государственный сектор, а частный – игнорирует. Именно это является нишей для деятельности социальных предприятий. Местные общины получают основную пользу от развития социального предпринимательства, которое помогает предоставлять государственные услуги в новый способ и удовлетворять потребности общества; создавать рабочие места; обогащать профессиональный опыт людей, которые работают в социальных предприятиях для дальнейшего трудоустройства в современных рыночных условиях; развивать общины, привлекая к общественной жизни социально уязвимые и маргинализированные группы населения, обеспечивая их членов работой; расширять активность граждан, которые могут самостоятельно решать свои проблемы и брать ответственность за свою жизнь; усиливать внимание к социально необеспеченным группам населения, не столько оказывая им благотворительную помощь, сколько обеспечивая их полезной социально значимой работой; возрождать сельские и городские территории и улучшать социальную инфраструктуру и тому подобное [Нуржанова, Бейшекеева, 2019].

Правительство должно быть заинтересовано, чтобы каждый бизнес действовал с учетом потребностей общества. Например, во многих странах Европы уже давно разработано законодательство относительно норм социальной ответственности для средних и малых предприятий [Селиверстов, Постнов, Семидотченко, 2020]. Социальное предпринимательство представляет собой сочетание организаций с социальными миссиями и коммерческого подхода к самофинансированию их социальных мероприятий. Для достижения миссии предприниматели привлекают значительные ресурсы, одновременно получают чистые прибыли, ведь действуют в соответствии с законами бизнеса и государства.

Социальное предпринимательство проявляется в форме социальной ответственности предпринимательской деятельности в аграрном секторе, однако между ними существует различие. Социальная ответственность – это метод ведения предпринимательской деятельности в аграрном секторе, а социальная предпринимательская деятельность – это самое ядро этой деятельности и ее главная миссия.

В теоретическом аспекте актуальность исследования социальной ответственности предпринимательской деятельности в аграрном секторе на уровне макро-, мезо- и микроэкономических систем обусловлена необходимостью разработки методологического и методического инструментария трансформационных изменений в экономических системах различного уровня. Особенности социальной ответственности предпринимательской деятельности в аграрном секторе отражены в большом количестве научных подходов относительно сути, роли и значения корпоративной социальной ответственности. Исследование предпринимательских структур как открытых систем требует описания цели, принципов, направлений, элементов и субъектов реализации предприятием социальной ответственности перед участниками общественного процесса, что освещено в подходах таких исследователей, как Г. Боуэн, С. Вартик, Р. Годелник, К. Дэвис, А. Кэрролл, Д. Мун и многих других.

## Заключение

Таким образом, комплексное понятие социальная ответственность в предпринимательской деятельности в аграрном секторе отражает целесообразную деятельность бизнеса, определяет социальную политику предприятия, стимулирует социально полезную деятельность в среде функционирования – внутренней и внешней [Гайрбекова, Бачаев, Горгиев, 2019]. Как междисциплинарное понятие социальная ответственность в предпринимательской деятельности в аграрном секторе – это категория, отражающая взаимоотношения субъектов предпринимательской деятельности в аграрном секторе в экономической, социальной, политической, духовной и экологической сферах функционирования предприятия. Исследования этой категории отличаются предметными особенностями описанных отраслей и отдельных дисциплин: права, психологии, кибернетики, управления [Горячева, Говорина, 2019].

Новейшие теоретические разработки концептуальных положений социальной ответственности предпринимательства, дополняемые новыми элементами управленческого и социоэкономического характера, рассматривают проблематику социальной ответственности в контексте других родственных теорий на междисциплинарной основе.

## Библиография

1. Большакова Т.Н., Давлетов А.Б. Выделение, систематизация и моделирование бизнес-процессов организации // Вестник Кыргызского национального университета имени Жусупа Баласагына. 2019. № S1. С. 170-175.
2. Гайрбекова Р.С., Бачаев А.А., Горгиев Р.Т. Основные особенности реинжиниринга бизнес-процессов // Финансовая экономика. 2019. № 11. С. 857-860.
3. Горячева О.Е., Говорина О.В. Совершенствование системы управления продажами предприятия малого и среднего бизнеса на основе оптимизации бизнес-процессов // Финансовая экономика. 2019. № 11. С. 116-119.
4. Кабанов В.А., Скитер Н.Н., Кетько Н.В., Солнышкина Е.М. Инструменты оптимизации обеспечивающих бизнес-процессов малого предпринимательства в АПК региона // Бизнес. Образование. Право. 2020. № 1 (50). С. 77-82.
5. Катаев М.Ю., Хотненко С.Ю. Анализ бизнес-процессов логистической структуры движения газонефтедобывающего предприятия // Информационные технологии в проектировании и производстве. 2020. № 1 (177). С. 57-60.
6. Лукина О.Р. Оценка рисков как элемент системы внутреннего контроля организации, занятой в сфере аутсорсинга бизнес-процессов // Вестник науки. 2019. Т. 1. № 12 (21). С. 205-210.
7. Мурзагалина Г.М. Методологические принципы моделирования бизнес-процессов в предпринимательских структурах по критерию минимизации транзакционных издержек // Инновации и инвестиции. 2019. № 7. С. 120-124.
8. Нестеренко Д.Е. Оптимизация бизнес-процесса «доставка блюд» в ресторане на основании разработанной методики // Теория и практика современной науки. 2019. № 12 (54). С. 288-300.
9. Нестеренко Д.Е. Процессный подход в оптимизации бизнес-процессов сектора HORECA // Теория и практика современной науки. 2019. № 12 (54). С. 281-287.
10. Нуржанова С.А., Бейшекеева А.К. Анализ автоматизации бизнес-процессов работы руководителя ресторана // Вестник Кыргызского Национального Университета имени Жусупа Баласагына. 2019. № S1. С. 227-231.
11. Селиверстов А.С., Постнов В.В., Семидотченко А.Р., Уткин Д.Ю. Управление бизнес-процессами как элемент снижения затрат и повышения удовлетворенности клиентов // Молодой ученый. 2020. № 7 (297). С. 182-184.
12. Сергиенко С.Б., Кукарцев В.В., Багаева А.П. Система автоматизации бизнес-процессов с интеллектуальным модулем поддержки принятия решений // Экономика и менеджмент систем управления. 2020. № 1 (35). С. 96-100.
13. Сысоева Е.А., Фирстова М.Т. Совершенствование управления бизнес-процессами строительной компании // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. 2019. № 3 (23). С. 137-144.
14. Тагирова Э.И., Лунёва А.А., Сафиуллина А.И. Сравнительный анализ длительности производственного цикла элементов бизнес-процессов по созданию деталей на примере ПАО «ОДК-УМПО» // Modern Science. 2020. № 2-1. С. 102-105.
15. Юмаева С.В., Смотров А.В., Царегородцева О.В. Теоретико-методические подходы к моделированию бизнес-процессов на предприятиях // Студенческий форум. 2020. № 5-1 (98). С. 65-68.

## **Social responsibility of business in the agricultural sector of the economy**

**Mikhail Yu. Bogachev**

PhD in Technical Sciences, Docent,  
Sergo Ordzhonikidze Russian State University for Geological Prospecting,  
117997, 23 Miklukho-Maklaya st., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: bogachevmy@mgri.ru

**Yurii V. Zabaikin**

PhD in Economics, Docent,  
Associate Professor at the Department of production and financial management,  
Sergo Ordzhonikidze Russian State University for Geological Prospecting,  
117997, 23 Miklukho-Maklaya st., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: zabaykinyv@mgri.ru

**Zinaida M. Nazarova**

Doctor of Economics, Professor,  
Head of the Department of production and financial management,  
Sergo Ordzhonikidze Russian State University for Geological Prospecting,  
117997, 23 Miklukho-Maklaya st., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: nazarovazm@mgri.ru

**Yuliya A. Leonidova**

Senior Lecturer at the Department of production and financial management,  
Sergo Ordzhonikidze Russian State University for Geological Prospecting,  
117997, 23 Miklukho-Maklaya st., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: leonidovaya@mgri.ru

### **Abstract**

The article examines the goals and principles of social responsibility in the agricultural business. The authors note that today there is an increase in interest in the problem of social responsibility in domestic science. Social responsibility is considered one of the characteristics of entrepreneurial activity in the agricultural sector. Social responsibility in entrepreneurial activity in the agricultural sector is a willingness to understand and quickly respond to the needs of society, while relegating to the background a part of one's interests related to obtaining short-term profits. If the principles of social responsibility are introduced, not only society benefits, but also the organization (enterprise, firm, etc.). By implementing such a policy, enterprises receive a number of benefits for themselves. A socially responsible enterprise must take into account the social aspects of the impact of its business on workers, consumers and the local communities in which it operates, and make a certain positive contribution to solving the social problems of society as a whole. The latest theoretical developments of the conceptual provisions of the social responsibility of entrepreneurship,



complemented by new elements of a managerial and socioeconomic nature, consider the problem of social responsibility in the context of other related theories on an interdisciplinary basis.

### For citation

Bogachev M.Yu., Zabaikin Yu.V., Nazarova Z.M., Leonidova Yu.A. (2020) Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa v agrarnom sektore ekonomiki [Social responsibility of business in the agricultural sector of the economy]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 10 (9B), pp. 621-630. DOI: 10.34670/AR.2020.62.25.007

### Keywords

Sale of goods, influence of factors, experiments, software, competitiveness.

## References

1. Bol'shakova T.N., Davletov A.B. (2019) Vydelenie, sistematizatsiya i modelirovanie biznes-protsessov organizatsii [Allocation, systematization and modeling of business processes of the organization]. *Vestnik Kyrgyzskogo natsional'nogo universiteta imeni Zhusupa Balasagyna* [Bulletin of the Kyrgyz National University named after Zhusup Balasagyn], S1, pp. 170-175.
2. Gairbekova R.S., Bachaev A.A., Gorgiev R.T. (2019) Osnovnye osobennosti reinzhiniringa biznes-protsessov [The main features of business process reengineering]. *Finansovaya ekonomika* [Financial Economics], 11, pp. 857-860.
3. Goryacheva O.E., Govorina O.V. (2019) Sovershenstvovanie sistemy upravleniya prodazhami predpriyatiya malogo i srednego biznesa na osnove optimizatsii biznes-protsessov [Improving the sales management system of small and medium-sized businesses based on optimization of business processes]. *Finansovaya ekonomika* [Financial Economics], 11, pp. 116-119.
4. Kabanov V.A., Skiter N.N., Ket'ko N.V., Solnyshkina E.M. (2020) Instrumenty optimizatsii obespechivayushchikh biznes-protsessov malogo predprinimatel'stva v APK regiona [Optimization tools for supporting business processes of small business in the agro-industrial complex of the region]. *Biznes. Obrazovanie. Pravo* [Business. Education. Law], 1 (50), pp. 77-82.
5. Kataev M.Yu., Khotnenok S.Yu. (2020) Analiz biznes-protsessov logisticheskoi struktury dvizheniya gazoneftedobyvayushchego predpriyatiya [Analysis of business processes of the logistic structure of the movement of a gas and oil production enterprise]. *Informatsionnye tekhnologii v proektirovanii i proizvodstve* [Information technologies in design and production], 1 (177), pp. 57-60.
6. Lukina O.R. (2019) Otsenka riskov kak element sistemy vnutrennego kontrolya organizatsii, zanyatoi v sfere outsorsinga biznes-protsessov [Risk assessment as an element of the internal control system of an organization engaged in the field of business process outsourcing]. *Vestnik nauki* [Bulletin of Science], 1-12 (21), pp. 205-210.
7. Murzagalina G.M. (2019) Metodologicheskie printsipy modelirovaniya biznes-protsessov v predprinimatel'skikh strukturakh po kriteriyu minimizatsii transaktsionnykh izderzhkek [Methodological principles of modeling business processes in business structures according to the criterion of minimizing transaction costs]. *Innovatsii i investitsii* [Innovations and investments], 7, pp. 120-124.
8. Nesterenko D.E. (2019) Optimizatsiya biznes-protsessa «dostavka blyud» v restorane na osnovanii razrabotannoi metodiki [Optimization of the business process "food delivery" in a restaurant based on the developed methodology]. *Teoriya i praktika sovremennoi nauki* [Theory and practice of modern science], 12 (54), pp. 288-300.
9. Nesterenko D.E. (2019) Protsessnyi podkhod v optimizatsii biznes-protsessov sektora HORECA [Process approach to optimizing business processes in the HORECA sector]. *Teoriya i praktika sovremennoi nauki* [Theory and practice of modern science], 12 (54), pp. 281-287.
10. Nurzhanova S.A., Beishekeeva A.K. (2019) Analiz avtomatizatsii biznes-protsessov raboty rukovoditelya restorana [Analysis of the automation of business processes in the work of the head of the restaurant]. *Vestnik Kyrgyzskogo Natsional'nogo Universiteta imeni Zhusupa Balasagyna* [Bulletin of the Kyrgyz National University named after Zhusup Balasagyn], S1, pp. 227-231.
11. Seliverstov A.S., Postnov V.V., Semidotchenko A.R., Utkin D.Yu. (2020) Upravlenie biznes-protsessami kak element snizheniya zatrat i povysheniya udovletvorennosti klientov [Business Process Management as an Element to Reduce Costs and Increase Customer Satisfaction]. *Molodoi uchenyi* [Young Scientist], 7 (297), pp. 182-184.
12. Sergienko S.B., Kukartsev V.V., Bagaeva A.P. (2020) Sistema avtomatizatsii biznes-protsessov s intellektual'nym modulem podderzhki prinyatiya reshenii [Business process automation system with an intelligent decision support module]. *Ekonomika i menedzhment sistem upravleniya* [Economics and management of control systems], 1 (35), pp. 96-100.

13. Sysoeva E.A., Firstova M.T. (2019) Sovershenstvovanie upravleniya biznes-protsessami stroitel'noi kompanii [Improving the management of business processes of a construction company]. *Aktual'nye problemy ekonomiki i menedzhmenta* [Actual problems of economics and management], 3 (23), pp. 137-144.
14. Tagirova E.I., Luneva A.A., Safiullina A.I. (2020) Sravnitel'nyi analiz dlitel'nosti proizvodstvennogo tsikla elementov biznes-protsessov po sozdaniyu detalei na primere PAO «ODK-UMPO» [Comparative analysis of the duration of the production cycle of elements of business processes for the creation of parts on the example of PJSC "UEC-UMPO"]. *Modern Science*, 2-1, pp. 102-105.
15. Yumaeva S.V., Smotrov A.V., Tsaregorodtseva O.V. (2020) Teoretiko-metodicheskie podkhody k modelirovaniyu biznes-protsessov na predpriyatiyakh [Theoretical and methodological approaches to modeling business processes at enterprises]. *Studencheskii forum* [Student Forum], 5-1 (98), pp. 65-68.