

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2024.75.65.045

Влияние корпоративной социальной ответственности на репутацию и конкурентоспособность современных бизнес-структур

Петренко Дмитрий Сергеевич

Педагог дополнительного образования,
частная школа «Земляне»;
студент,
Московский городской педагогический университет,
129226, Российская Федерация, Москва,
2-й Сельскохозяйственный проезд, 4;
e-mail: dim.petrenkos@yandex.ru

Шайлиева Марина Магомедовна

Кандидат экономических наук, доцент,
декан факультет экономики и менеджмента,
Российский государственный геологоразведочный
университет им. Серго Орджоникидзе,
117485, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 23,
e-mail: dim.petrenkos@yandex.ru

Аннотация

Корпоративная социальная ответственность (КСО) представляет собой концепцию, в рамках которой компании интегрируют социальные и экологические аспекты в свою операционную деятельность и во взаимодействие с заинтересованными сторонами на добровольной основе. Современная концепция КСО зародилась в середине XX века и эволюционировала вместе с изменяющимися ожиданиями общества. История КСО начинается с первых попыток промышленников улучшить трудовые условия и вносить вклад в общественное развитие. Первоначально проявления социальной ответственности предпринимателей носили эпизодический характер и были мотивированы личными убеждениями и ценностями отдельных лидеров. Примером может служить деятельность таких фигур, как Эндрю Карнеги и Генри Форд, которые, несмотря на успех в бизнесе, уделяли внимание вопросам благотворительности и улучшению условий труда своих работников. С конца 1960-х и в 1970-е годы происходит значимое изменение в отношении общества к бизнесу. Скандалы и кризисы, связанные с экологическими катастрофами и правами работников, приводят к осознанию необходимости более ответственного подхода со стороны бизнеса. В это время появляется термин "корпоративная социальная ответственность" и начинается формирование первых моделей и стандартов КСО. На этом этапе компании начинают осознавать, что их деятельность влияет не только на акционеров, но и на широкий круг заинтересованных сторон, включая сотрудников, потребителей, местные сообщества и окружающую среду.

Для цитирования в научных исследованиях

Петренко Д.С., Шайлиева М.М. Влияние корпоративной социальной ответственности на репутацию и конкурентоспособность современных бизнес-структур // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2024. Том 14. № 6А. С. 436-445. DOI: 10.34670/AR.2024.75.65.045

Ключевые слова

Потребители, окружающая среда, деятельность, акционеры, компания.

Введение

Эволюция концепции социальной ответственности в XXI веке связана с развитием глобализации, информационных технологий и возрастающим вниманием к вопросам устойчивого развития. Многие компании начали принимать стратегии КСО как часть своих долгосрочных бизнес-моделей, понимая, что это не только способствует улучшению репутации и лояльности клиентов, но и открывает новые возможности для инноваций и улучшения операционной эффективности. На международном уровне были созданы различные стандарты и инициативы по поддержке и продвижению КСО, такие как Глобальный договор ООН,

Важную роль в продвижении КСО играют также рейтинги, отчеты и индексы социально ответственной деятельности, такие как Dow Jones Sustainability Index и FTSE4Good. Эти инструменты помогают инвесторам оценивать компании с точки зрения их экологической и социальной ответственности и усиливают давление на бизнес со стороны финансового сообщества.

Однако, несмотря на значительный прогресс, КСО сталкивается с рядом вызовов и критики. Одна из основных проблем связана с тем, что компании могут использовать КСО как инструмент маркетинга, представляя свою деятельность более устойчивой и ответственной, чем она есть на самом деле. Это подрывает доверие потребителей и ставит под угрозу истинные усилия по устойчивому развитию. Серьезным вызовом остается интеграция КСО в стратегию и повседневные операционные процессы компании. Это требует системных изменений и постоянного мониторинга, что не всегда является приоритетом для менеджмента, особенно в условиях жесткой конкурентной среды и необходимости достижения краткосрочных финансовых целей.

Основное содержание

Концепция КСО остается важным элементом современного бизнеса. Она способствует формированию новой культуры корпоративного поведения, ориентированной на долгосрочное развитие и устойчивость. В будущем можно ожидать дальнейшего углубления интеграции КСО в бизнес-практику и появление новых моделей и подходов, учитывающих изменяющиеся социальные, экономические и экологические условия.

Пандемия COVID-19 явилась очередным фактором, усилившим необходимость пересмотра подходов к управлению бизнесом в сторону повышения ответственности перед обществом и создания более устойчивых экономических моделей. Многие компании начали активно использовать принципы КСО для поддержки сотрудников, местных сообществ и устойчивости поставок в период кризиса.

Современное представление о КСО выходит за рамки отдельных инициатив и акций доброй воли. Сегодня она понимается как интегральная часть бизнес-стратегии и операционной деятельности успешных компаний. Это выражается в принятии комплексных стратегий устойчивого развития, интеграции принципов ответственного инвестирования и формирования ответственных цепочек поставок.

В завершение следует отметить, что КСО — это непрерывный процесс эволюции и адаптации к новым вызовам и реалиям. Успешное внедрение и реализация принципов корпоративной социальной ответственности требует активного участия всех заинтересованных сторон — от бизнеса и правительства до гражданского общества и каждого отдельного потребителя. В конечном итоге КСО направлена на создание более справедливого, устойчивого и процветающего мира.

Конкурентоспособность и корпоративная социальная ответственность (КСО) становятся неотъемлемыми компонентами современного бизнеса. Они взаимозависимы и эффективно поддерживают устойчивое развитие компаний в долгосрочной перспективе. КСО представляет собой сознательную деятельность организации, направленную на улучшение социальных, экологических и экономических аспектов общества. Внедрение КСО в бизнес-процессы способствует не только улучшению имиджа компании, но и повышению её конкурентоспособности на рынке, что, в свою очередь, обеспечивает устойчивое развитие бизнеса.

Устойчивое развитие бизнеса достигается за счет создания гармоничного взаимодействия между компанией и её внешней средой. КСО играет ключевую роль в формировании позитивного восприятия компании со стороны всех заинтересованных сторон: клиентов, партнеров, сотрудников и общества в целом. Компании, активно реализующие стратегии КСО, часто оказываются впереди своих конкурентов, так как потребители и партнеры все чаще предпочитают сотрудничать с ответственными организациями.

КСО также способствует повышению эффективности внутренних процессов компании. Создавая благоприятные условия для своих сотрудников, компания может рассчитывать на повышение их лояльности и продуктивности. Разработка и внедрение программ, направленных на улучшение условий труда и поддержку профессионального развития сотрудников, ведет к снижению текучести кадров и более высокому уровню мотивации сотрудников [6]. Это, в свою очередь, позитивно сказывается на общих показателях производительности и инновационном потенциале компании.

Одним из важных аспектов устойчивого развития является экологическая ответственность. Современные компании все чаще обращают внимание на минимизацию негативного воздействия на окружающую среду. Введение экологически ориентированных практик, таких как снижение выбросов парниковых газов, рациональное использование природных ресурсов и утилизация отходов, способствует не только сохранению экологического баланса, но и снижает операционные издержки. Экономия ресурсов и внедрение инновационных, более экологически чистых технологий позволяют компаниям экономить значительные средства, что положительно сказывается на её конкурентоспособности.

Роль КСО в стратегическом планировании невозможно переоценить. Включение принципов корпоративной социальной ответственности в стратегическое планирование позволяет компании четко определить свои цели и выбрать правильные пути их достижения. Компании, которые интегрируют КСО в свою стратегию, способны более эффективно управлять рисками и выявлять новые возможности для роста. Они лучше подготовлены к изменениям в рыночной

среде и могут быстрее адаптироваться к новым условиям. Это особенно важно в условиях высокой неопределенности и динамичности современного рынка.

КСО предоставляет компании возможность укрепить свои позиции на международном уровне. Многие международные партнеры и инвесторы оценивают деятельность компаний не только по финансовым результатам, но и по уровню их социальной и экологической ответственности. Соответствие международным стандартам КСО позволяет компании расширить свой рынок сбыта, привлечь новых партнеров и инвесторов, а также укрепить свои позиции в глобальной конкурентной среде.

Эффективная реализация стратегии КСО требует комплексного подхода и вовлеченности всех уровней управления компании. Для успешного внедрения КСО необходимо проводить регулярные тренинги и семинары для сотрудников, разрабатывать и внедрять соответствующие корпоративные политики и стандарты, а также проводить мониторинг их исполнения. Важным элементом является также открытая и прозрачная отчетность по вопросам КСО, что позволяет компании демонстрировать свои достижения и вовремя реагировать на возникающие вызовы.

Одним из ключевых преимуществ внедрения КСО в стратегические процессы компании является усиление её позиции на рынке труда. Современные специалисты всё больше ориентируются на выбор таких работодателей, которые разделяют принципы устойчивого развития и социальной ответственности. Компании, предлагающие своим сотрудникам не только конкурентоспособную заработную плату, но и высокие социальные стандарты и возможности для профессионального роста, привлекают к себе лучших кадров. Высококвалифицированные специалисты, в свою очередь, являются залогом инновационного развития и конкурентоспособности компании.

Развитие КСО также способствует улучшению отношений с местными сообществами, где компания ведет свою деятельность. Участие в социальных и благотворительных проектах, поддержка местных инициатив и развитие инфраструктуры способствуют формированию позитивного имиджа компании и укреплению её репутации. Местные сообщества, имея положительный опыт взаимодействия с компанией, становятся более открытыми для сотрудничества, что позволяет компании эффективно устранять возможные конфликты и устанавливать долгосрочные партнерские отношения.

Не менее важным аспектом является роль КСО в управлении цепочкой поставок. Компании, внедряющие принципы социальной и экологической ответственности в свои отношения с поставщиками и партнерами, способствуют формированию устойчивых и надежных цепочек поставок. Это позволяет минимизировать риски, связанные с нарушениями трудовых прав, экологическими катастрофами или иными негативными событиями, что, в свою очередь, обеспечивает стабильность и предсказуемость бизнес-процессов.

Эффективная КСО-стратегия также помогает компании снизить издержки, связанные с правовыми и регуляторными требованиями. Многие страны и регионы вводят всё более строгие нормативы по защите окружающей среды, трудовых прав и социальной ответственности бизнеса. Компании, заранее внедряющие соответствующие стандарты и практики, оказываются лучше подготовленными к новым требованиям и избегают штрафных санкций. Более того, предвосхищение законодательства позволяет компании выступать в роли пионера и лидера в своей отрасли, что дополнительно укрепляет её конкурентные позиции.

Нельзя забывать и о том, что КСО способствует формированию корпоративной культуры и ценностей, которые разделяют все сотрудники компании. Четко определенные и внедренные ценности помогают сформировать единое понимание целей и принципов работы, что

способствует более эффективному взаимодействию и коммуникации внутри компании. Это, в свою очередь, положительно сказывается на общей атмосфере в коллективе и уровнях мотивации сотрудников.

Развитие корпоративной социальной ответственности также открывает перед компаниями новые возможности для инноваций. Введение экологически чистых технологий, разработка продуктов, ориентированных на улучшение качества жизни потребителей, внедрение новых бизнес-моделей – все это становится возможным благодаря стратегии КСО. Инновации, в свою очередь, помогают компании не только удовлетворять текущие потребности рынка, но и формировать новые рыночные сегменты, что дополнительно укрепляет её позиции на рынке.

Таким образом, корпоративная социальная ответственность является ключевым элементом современной бизнес-стратегии. Внедрение КСО способствует устойчивому развитию бизнеса, повышению его конкурентоспособности, формированию позитивного имиджа и укреплению доверия со стороны всех заинтересованных сторон. Компании, осознающие важность КСО и активно включающие её принципы в свои стратегические планы, получают множество неоспоримых преимуществ, которые позволяют им успешно развиваться и процветать в условиях современной экономики.

Корпоративная социальная ответственность (КСО) занимает важное место в современных компаниях, меняя представления о бизнесе и его роли в обществе. КСО представляет собой комплекс обязательств компании перед всеми ее заинтересованными сторонами, включая сотрудников, клиентов, партнеров и общество в целом. Внедрение КСО в бизнес-процессы помогает не только создать позитивный имидж компании, но и существенно повысить мотивацию и лояльность сотрудников, а также повысить эффективность внутренних изменений.

Одним из ключевых аспектов КСО является забота о сотрудниках. Прямое воздействие на повышение мотивации и лояльности оказывает создание благоприятных условий труда, обеспечение справедливой оплаты, поддержка карьерного роста и обучения. Компании, которые грамотно интегрируют КСО в свои структуры, стремятся создать такую рабочую среду, где каждый сотрудник чувствует свою ценность и значимость, что, в свою очередь, стимулирует их к более продуктивной и качественной работе. Программы профессионального роста, возможности для обучения и развития, а также инициативы, направленные на здоровье и благополучие сотрудников, оказывают заметное влияние на улучшение морально-психологического климата внутри коллектива.

Важным инструментом в реализации принципов КСО является создание открытой и прозрачной системы коммуникации внутри компании. Руководство должно активно вовлекать сотрудников в процесс принятия решений, слушать их мнение и учитывать их идеи. Это позволяет укрепить чувство сопричастности и ответственности за успех компании, что в свою очередь повышает уровень преданности и готовности сотрудников вкладывать свои усилия в улучшение результата. Организация регулярных встреч, опросов и дискуссий на различных уровнях позволяет создать платформу для диалога и сотрудничества между всеми участниками рабочего процесса.

Еще один важный аспект КСО – это внимание к социальным и экологическим вопросам. Реализация программ корпоративной социальной ответственности требует от компании вникать в экологические аспекты своей деятельности, а также поддерживать социально значимые проекты и инициативы. Вовлечение сотрудников в такие проекты способствует укреплению командного духа и повышению их социальной ответственности. Сотрудники начинают осознавать, что их труд приносит пользу не только компании, но и обществу в целом, что

повышает их удовлетворенность работой и лояльность к работодателю.

Опыт успешных компаний показывает, что внедрение КСО может стать эффективным инструментом для управления изменениями внутри компании. При введении новых бизнес-процессов, технологий или структур важно учитывать мнение сотрудников и предусматривать меры поддержки для их адаптации. Сотрудники, ощущающие заботу и поддержку со стороны руководства, легче воспринимают изменения и готовы активно участвовать в их реализации. Интересные и мотивационные тренинги, программы наставничества, консультации с руководством помогают снизить сопротивление изменениям и способствовать их успешной интеграции.

Существует множество примеров компаний, которые преуспели благодаря эффективной реализации принципов КСО. Одной из таких компаний является мировой лидер в области информационных технологий, который внедрил программы по поддержке здоровья сотрудников, развитие внутренней культуры и социальную ответственность. В результате сотрудники стали более мотивированы и лояльны, а компания смогла значительно повысить свою производительность и инновационность.

Одним из особенно эффективных методов повышения мотивации и лояльности сотрудников является гибкий график работы. Учитывая современные тенденции и потребности работников, компании, внедряющие гибкие графики и удаленные формы работы, получают более удовлетворенных и преданных сотрудников. Это дает людям возможность самостоятельно планировать свое рабочее время и совмещать работу с личной жизнью, что является значительным фактором для повышения уровня счастья и мотивации работников.

Эффективность внутренних изменений во многом зависит от правильного подхода к руководству и управления персоналом. Лидеры, которые видят в своих сотрудниках партнеров и активно вовлекают их в процесс принятия решений, достигают больших успехов в реализации организационных изменений. Такой подход создает условия для конструктивного диалога, поддерживает доверие внутри коллектива и способствует формированию позитивного климата, что значительно повышает общую результативность компании.

Инновационные методы управления освобождают пространство для творчества и инициативы сотрудников. Когда работники видят, что их идеи находят отклик и внедряются в бизнес-процессы, они начинают чувствовать свою значимость и вклад в развитие компании. Это, в свою очередь, вызывает чувство гордости за свою работу и стимулирует их стремление к постоянному совершенствованию и развитию, что положительно сказывается на их мотивации и лояльности.

Важным фактором успеха в реализации принципов КСО и управления внутренними изменениями является постоянное обучение и развитие сотрудников. Компании, которые инвестируют в профессиональное развитие своих работников, получают конкурентное преимущество на рынке. Постоянное обновление знаний и навыков не только способствует росту индивидуальной производительности, но и помогает сотрудникам лучше адаптироваться к изменениям и вызовам, с которыми сталкивается организация.

Социальные и экологические инициативы компании также играют важную роль в укреплении мотивации и лояльности сотрудников. Участие в благотворительных акциях, волонтерских программах и экологических проектах улучшает моральный климат в коллективе и способствует укреплению взаимодействия между сотрудниками. Такие инициативы создают ощущение общности и значимости, что позитивно влияет на корпоративную культуру и способствует повышению продуктивности.

Не менее важным аспектом в повышении мотивации и лояльности сотрудников, а также эффективности внутренних изменений является правильное управление стрессом. Обеспечение условий для поддержания баланса между работой и личной жизнью, а также создание программ по минимизации профессионального выгорания помогает снизить уровень стресса среди сотрудников. Регулярные тренинги и семинары по теме стресс-менеджмента, поддержка со стороны руководства и коллег позволяют создать более благоприятные условия труда и сплоченный коллектив.

Компании, которые серьезно подходят к вопросам КСО и инвестируют ресурсы в развитие своих сотрудников, получают не только рост производительности и прибыльности, но и формируют устойчивую конкурентоспособность на рынке. Такие организации становятся привлекательными для новых талантов и создают положительный имидж в глазах общественности. В условиях высокой конкуренции и глобализации, именно человеческий капитал становится основным фактором успеха, поэтому забота о сотрудниках и их развитии становится первоочередной задачей для современных компаний.

Программы благотворительности и добровольной помощи со стороны компании также оказывают положительное влияние на мотивацию и лояльность сотрудников. Участие в подобных проектах делает их работу более осмысленной и значимой. Сотрудники начинают понимать, что их труд служит важной миссии и помогает решать социальные проблемы, что в свою очередь создаёт у них чувство удовлетворения и гордости за свою компанию.

Эффективное управление внутренними изменениями предполагает использование различных инструментов и методов. Важно помнить, что внедрение изменений требует системного подхода и включает несколько ключевых этапов: подготовку, планирование, реализацию и оценку. На каждом из этих этапов важно учитывать интересы и потребности сотрудников, предоставлять им необходимую информацию и поддержку. Это позволяет минимизировать сопротивление и повысить вероятность успешной адаптации к новым условиям.

Самым важным аспектом успешного управления внутренними изменениями является коммуникация. Прозрачное и открытое общение между руководством и сотрудниками помогает создать атмосферу доверия и взаимопонимания. Руководство должно четко и своевременно информировать сотрудников о целях и задачах изменений, а также о потенциальных преимуществах и последствиях. Это помогает предотвратить страхи и неуверенность среди сотрудников и способствует их активному участию в процессе изменений.

Заключение

В заключение, можно сказать, что КСО и управление внутренними процессами компании тесно взаимосвязаны. Компании, которые интегрируют принципы КСО в свою деятельность, создают благоприятные условия для мотивации и лояльности сотрудников. Эффективное управление внутренними изменениями требует системного подхода и активного участия всех сотрудников. Забота о людях, их развитие и удовлетворение от работы становятся важными факторами успеха и устойчивости компаний в современных условиях.

Библиография

1. Костенькова, Т. А. Корпоративная социальная ответственность как элемент деловой репутации современного предприятия / Т. А. Костенькова // Вопросы отраслевой экономики. – 2023. – № 2(2). – С. 79-86. – DOI

- 10.24888/2949-2793-2023-2-79-86. – EDN BSYBIK.
2. Абулханова, Г. А. Корпоративная социальная ответственность: современный способ ведения бизнеса / Г. А. Абулханова // Наука Красноярья. – 2021. – Т. 10, № 4. – С. 81-91. – DOI 10.12731/2070-7568-2021-10-4-81-91. – EDN SZULKG.
 3. Игнатова, Л. Н. Корпоративная социальная ответственность как стратегический ориентир бизнеса / Л. Н. Игнатова, П. П. Сергеев, Е. А. Соболев // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2021. – Т. 2, № 1(109). – С. 42-49. – DOI 10.36871/ek.up.p.r.2021.01.02.004. – EDN XZZHGP.
 4. Пустынникова, Е. В. Корпоративная социальная ответственность бизнеса / Е. В. Пустынникова, А. В. Тимохина // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2023. – № 11-3(105). – С. 12-16. – DOI 10.24412/2411-0450-2023-11-3-12-16. – EDN ESGIA.
 5. Смоленцев, В. М. Парадигма корпоративной социальной ответственности в управлении бизнес-структурами / В. М. Смоленцев, Т. Э. Сергутина, Д. А. Новиков // Вестник Академии знаний. – 2023. – № 6(59). – С. 702-705. – EDN STYCGP.
 6. Матевосян, Л. М. Корпоративная социальная ответственность: современное состояние и перспективы развития / Л. М. Матевосян // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2022. – Т. 2, № 1(121). – С. 88-94. – DOI 10.36871/ek.up.p.r.2022.01.02.013. – EDN KWHJFB.
 7. Перспективы и пути развития корпоративной социальной ответственности в современной России и среди компаний малого и среднего бизнеса / Е. И. Чуткина, О. В. Яременко, К. А. Кирстья, В. А. Гречко // Актуальные вопросы учета и управления в условиях информационной экономики. – 2022. – № 4. – С. 214-219. – EDN TBJJVY.
 8. Фролова, Н. Д. Роль корпоративной социальной ответственности в формировании репутации компании / Н. Д. Фролова, А. А. Солдатов // Человеческий капитал и профессиональное образование. – 2022. – № 2(40). – С. 4-11. – EDN SBWQSR.
 9. Корпоративная социальная ответственность бизнеса в России: от благотворительности к природоподобным технологиям / В. В. Ананишнев, А. А. Воронин, М. А. Пронин, Т. В. Брижанина // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2023. – Т. 20, № 2(128). – С. 121-129. – DOI 10.21686/2413-2829-2023-2-121-129. – EDN ODNYPQ.
 10. Шильников, А. А. Корпоративная социальная ответственность как инструмент обеспечения социально-экономической безопасности / А. А. Шильников, И. В. Иванюк // Вестник Луганского государственного университета имени Владимира Даля. – 2023. – № 4(70). – С. 123-127. – EDN IYTHSR.

The impact of corporate social responsibility on the reputation and competitiveness of modern business structures

Dmitrii S. Petrenko

Additional Education Teacher,
Private School "Earthlings";
Student,
Moscow City Pedagogical University,
129226, 4, 2nd Selskokhozyaystvennyi driveway,
Moscow, Russian Federation;
e-mail: dim.petrenkos@yandex.ru

Marina M. Shailieva

PhD in Economics, Associate Professor,
Dean, Faculty of Economics and Management,
Sergo Ordzhonikidze Russian State Geological Exploration University
117485, 23, Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: dim.petrenkos@yandex.ru

Abstract

Corporate social responsibility (CSR) is a concept in which companies integrate social and environmental aspects into their operational activities and into interaction with stakeholders on a voluntary basis. The modern concept of CSR originated in the middle of the 20th century and has evolved along with the changing expectations of society. The history of CSR begins with the first attempts of industrialists to improve working conditions and contribute to social development. Initially, the manifestations of social responsibility of entrepreneurs were episodic in nature and were motivated by the personal beliefs and values of individual leaders. An example is the work of figures such as Andrew Carnegie and Henry Ford, who, despite their business success, paid attention to charity and improving the working conditions of their employees. Since the late 1960s and into the 1970s, there has been a significant change in the attitude of society towards business. Scandals and crises related to environmental disasters and workers' rights lead to awareness of the need for a more responsible approach on the part of business. At this time, the term "corporate social responsibility" appeared and the formation of the first CSR models and standards began. At this stage, companies begin to realize that their activities affect not only shareholders, but also a wide range of stakeholders, including employees, consumers, local communities and the environment.

For citation

Petrenko D.S., Shailieva M.M. (2024) Vliyanie korporativnoi sotsial'noi otvetstvennosti na reputatsiyu i konkurentosposobnost' sovremennykh biznes-struktur [The impact of corporate social responsibility on the reputation and competitiveness of modern business structures]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 14 (6A), pp. 436-445. DOI: 10.34670/AR.2024.75.65.045

Keywords

Consumers, environment, activities, shareholders, company

References

1. Kostenkova, T. A. Corporate social responsibility as an element of the business reputation of a modern enterprise / T. A. Kostenkova // Issues of the sectoral economy. – 2023. – № 2(2). – Pp. 79-86. – DOI 10.24888/2949-2793-2023-2-79-86. – EDN BSYBIK.
2. Abulkhanova, G. A. Corporate social responsibility: a modern way of doing business / G. A. Abulkhanova // Science of Krasnoyarsk region. - 2021. – Vol. 10, No. 4. – pp. 81-91. – DOI 10.12731/2070-7568-2021-10-4-81-91. – EDN SZULKG.
3. Ignatova, L. N. Corporate social responsibility as a strategic business guideline / L. N. Ignatova, P. P. Sergeev, E. A. Sobol // Economics and management: problems, solutions. - 2021. – Vol. 2, No. 1(109). – pp. 42-49. – DOI 10.36871/ek.up.p.r.2021.01.02.004. – EDN XZZHGP.
4. Pustynnikova, E. V. Corporate social responsibility of business / E. V. Pustynnikova, A.V. Timokhina // Economics and Business: theory and practice. – 2023. – № 11-3(105). – Pp. 12-16. – DOI 10.24412/2411-0450-2023-11-3-12-16. – EDN ESGIA.
5. Smolentsev, V. M. The paradigm of corporate social responsibility in the management of business structures / V. M. Smolentsev, T. E. Sergutina, D. A. Novikov // Bulletin of the Academy of Knowledge. – 2023. – № 6(59). – Pp. 702-705. – EDN CTYCGP.
6. Matevosyan, L. M. Corporate social responsibility: current state and development prospects / L. M. Matevosyan // Economics and management: problems, solutions. - 2022. – Vol. 2, No. 1(121). – pp. 88-94. – DOI 10.36871/ek.up.p.r.2022.01.02.013. – EDN KWHJFB.
7. Prospects and ways of development of corporate social responsibility in modern Russia and among small and medium-sized businesses / E. I. Chutkina, O. V. Yaremenko, K. A. Kirstya, V. A. Grechko // Current issues of accounting and management in the information economy. - 2022. – No. 4. – pp. 214-219. – EDN TBJJVY.
8. Frolova, N. D. The role of corporate social responsibility in the formation of a company's reputation / N. D. Frolova, A.

-
- A. Soldatov // Human capital and vocational education. – 2022. – № 2(40). – Pp. 4-11. – EDN SBWQSR.
9. Corporate social responsibility of business in Russia: from charity to nature-like technologies / V. V. Ananishnev, A. A. Voronin, M. A. Pronin, T. V. Brizhanina // Bulletin of the Plekhanov Russian University of Economics. - 2023. – Vol. 20, No. 2(128). – pp. 121-129. – DOI 10.21686/2413-2829-2023-2-121-129. – EDN ODNYPQ.
10. Shilnikov, A. A. Corporate social responsibility as a tool for ensuring socio-economic security / A. A. Shilnikov, I. V. Ivanyuk // Bulletin of Lugansk State University named after Vladimir Dahl. – 2023. – № 4(70). – Pp. 123-127. – EDN IYTHSR.