

Вестник НГУЭУ. 2024. № 3. С. 38–58
Vestnik NSUEM. 2024. No. 3. P. 38–58

Научная статья
УДК 338.22.021.1
DOI: 10.34020/2073-6495-2024-3-038-058

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ПОНИМАНИЮ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР СФЕРЫ УСЛУГ

Чистякова Ольга Александровна

Сибирский университет потребительской кооперации
chistyakowa.ol.@yandex.ru

Аннотация. В статье исследовано понятие социальной ответственности предпринимательских структур сферы услуг как составляющей социальной устойчивости. Раскрыто содержательное наполнение, основные параметры, комплекс мероприятий, характер которых определяется уровнем развития организации в контексте крупного и малого бизнеса. Аргументированы подход к пониманию социальной ответственности в сфере услуг, в том числе особенности деятельности потребительской кооперации, основные категории и направления социальной составляющей.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, сфера услуг, социальная устойчивость, устойчивое развитие, потребительская кооперация, принципы устойчивого развития

Для цитирования: Чистякова О.А. Методический подход к пониманию социальной ответственности предпринимательских структур сферы услуг // Вестник НГУЭУ. 2024. № 3. С. 38–58. DOI: 10.34020/2073-6495-2024-3-038-058.

Original article

A METHODOLOGICAL APPROACH TO UNDERSTANDING THE SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS STRUCTURES IN THE SERVICE SECTOR

Chistyakova Olga A.

Siberian University of Consumer Cooperation
chistyakowa.ol.@yandex.ru

Abstract. The article examines the concept of social responsibility of business structures in the service sector as a component of social sustainability. The article reveals the content, the main parameters, and a set of measures, the nature of which is determined by the level of development of the organization in the context of large and small businesses. An approach to understanding social responsibility in the service sector is argued, including the specifics of consumer cooperation activities, the main categories and directions of the social component.

Keywords: social responsibility of business, service sector, social sustainability, sustainable development, consumer cooperation, principles of sustainable development

For citation: Chistyakova O.A. A methodological approach to understanding the social responsibility of business structures in the service sector. *Vestnik NSUEM*. 2024; (3): 38–58. (In Russ.). DOI: 10.34020/2073-6495-2024-3-038-058.

Устойчивое развитие экономических субъектов, в том числе потребительской кооперации – одно из важнейших приоритетных направлений в условиях цифровой трансформации экономики. Оказание услуг играет жизненно важную роль в достижении целей в области устойчивого развития (ЦУР), поскольку достигается за счет взаимозависимости в решении экономических, экологических и социальных задач. В настоящее время существуют научные споры о понятии «устойчивое развитие» [1, 3, 12]. Большинство разделяет мнение, определенное учеными и бизнесменами Всемирной комиссии по окружающей среде и развитию 1987 г. об удовлетворении человеческих потребностей в настоящее время, не ставя под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои потребности [28]. Определения устойчивого развития формировались на протяжении многих лет с целью изучения по трем компонентам: экономический, экологический и социальный. Последний аспект находится в центре внимания данной статьи. Организация Объединенных Наций определила 17 целей в области устойчивого развития (ЦУР ООН) и 169 связанных с ними задач для достижения прогресса в рамках устойчивого развития во всем мире к 2030 г. Анализ, проведенный зарубежными исследователями, показывает: 11 из 17 ЦУР ООН связаны с социальными подходами к формированию устойчивого развития [19]. В этой связи социальная устойчивость играет важную роль в достижении ЦУР ООН.

В существующих исследованиях социальной устойчивости есть несколько пробелов. Во-первых, нет единого мнения по определению социальной устойчивости [20, 23, 26]. Различные взгляды на социальную устойчивость привели к множеству вариаций в ее определениях [10, 21, 22]. Так, В.Е. Чабанов считает: «социальная устойчивость имеет системный характер», дав целеустремленное определение, утверждая, что «разумное совершенствование любой организации связано, прежде всего, с применением системного подхода, с реализацией системных принципов и законов, с использованием системной логики и соответствующего им видения вещей» [16, с. 312]. Purvis, Mao, Robinson рассматривали социальную устойчивость как отдельную структуру, отделенную от условий и принципов экономической и экологической устойчивости [24]. J. Sachas и его соавторы определяют социальную устойчивость как основу для других видов устойчивости [25].

Второй пробел в публикациях заключается в отсутствии понимания, как экономические субъекты должны измерять социальную устойчивость и какие показатели используются для этой цели.

На взгляд автора статьи, социальную устойчивость предпринимательских структур в сфере услуг можно представить двумя основными направлениями: социальной ответственностью и социальной справедливостью. Если социальная справедливость предполагает равноправное распределение всевозможных благ, то социальная ответственность предусматривает

стремление к повышению уровня и качества жизни не только членов организации, но и всех граждан, проживающих в зоне ее ответственности. В рамках представленной научной статьи акцент сделан на рассмотрении социальной ответственности сферы услуг.

В современных условиях, характеризующихся несовершенством государственного регулирования социальных вопросов, высоким уровнем запросов общества к бизнесу, усугублением экологических проблем, концепция социальной ответственности актуальна. Получение прибыли или увеличение капитала становится важной, но не единственной целью организации. Многие субъекты хозяйствования выстраивают свою деятельность таким образом, чтобы максимально учесть интересы и потребности общества путем участия в различных социальных инициативах. Сфера услуг, в основе функционирования которой лежит взаимодействие с населением и обществом, социальную ответственность реализует в большей мере, чем другие сферы экономики.

Характер, инструментарий ответственности зависит не только от сферы деятельности, но от масштаба. Так, крупные организации сферы услуг, осуществляющие деятельность на уровне региона, страны, имеют необходимость и возможность реагировать более чутко на внешнюю среду, характеризующуюся наличием определенных социальных и экологических проблем. Такие организации не только разрабатывают специальные стандарты, регламентирующие свои действия в данном направлении, но демонстрируют готовность к такой деятельности и активно ее осуществляют, извлекая из этого пользу для себя и общества.

Другая категория субъектов хозяйствования, реализующих в процессе функционирования концепцию социальной ответственности бизнеса, осуществляет это в силу особенностей своей деятельности. К ним относятся организации потребительской кооперации – социально ориентированной системы, функционирование которой неразрывно связано с социальной миссией. По роду своей деятельности потребительская кооперация относится в большей мере к сфере услуг, поскольку основной объем деятельности этой системы приходится на торговлю, бытовые услуги, заготовки [17].

Цель исследования – определить методический подход к пониманию социальной ответственности предпринимательских структур в сфере услуг и рассмотреть особенности для системы потребительской кооперации.

В процессе исследования использовались общенаучные методы (анализ и синтез, индукция и дедукция, системный подход) и экономико-статистические методы сбора и обработки информации.

В современной экономике Российской Федерации сфера услуг имеет важное значение, роль которого возрастает в результате изменения демографической ситуации, повышения образовательного уровня населения и уровня медицинского обслуживания, развития коммуникационных связей и возможностей, роста числа услуг и уровня комфортной жизнедеятельности людей [2].

В отраслевом разрезе динамика сферы услуг по видам деятельности представлена выборочно отдельными отраслями, по которым наблюдается постепенный рост объема реализации (табл. 1).

Таблица 1

**Динамика различных видов услуг в Российской Федерации
за 2018–2022 гг., млрд руб. [29]**

**Dynamics of various types services in the Russian Federation
for 2018–2022, bill rub. [29]**

Годы	Платные услуги	Розничная торговля	Оптовая торговля	Бытовые услуги
2018	9411,3	31548,0	79617,4	948,8
2019	10093,4	33532,1	83665,3	1036,7
2020	8747,0	33555,0	83660,8	939,2
2021	11050,9	39257,4	110351,1	1283,9
2022	12627,5	42512,5	121743,5	1442,1

За исследуемый период наблюдается рост платных услуг населению России. Оптовая торговля (как сфера оказания услуг юридическим лицам) более масштабна по сравнению с другими отраслями. При этом заметно влияние в 2020 г. «ковидных ограничений», выраженное в снижении объема деятельности организаций в сфере услуг Российской Федерации. Оптовая и розничная торговля практически остались на уровне предыдущего года, тогда как по услугам населению очевидны сокращения. В последующем отраслям удалось нейтрализовать «спад» из-за данных ограничений, наращивая объемы деятельности. Это подтверждает, что сфера услуг является развивающимся сектором экономики страны (табл. 2).

Таблица 2

**Изменение структуры населения Российской Федерации, занятого
по видам экономической деятельности за 2018–2022 гг., % [29]**

**Changes in the structure of the population of the Russian Federation employed
by type of economic activity in 2018–2022., % [29]**

Показатели	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Занятое население, всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	6,9	6,7	6,5	6,3	6,3
Промышленность	19,0	18,9	18,9	18,9	18,9
Строительство	8,9	9,0	8,9	9,2	9,2
Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	19,1	19,0	18,8	18,7	18,6
Транспортировка и хранение	7,5	7,6	7,8	8,0	8,1
Деятельность в области информации и связи	2,0	2,1	2,2	2,2	2,3
Образование	7,6	7,6	7,7	7,5	7,4
Прочие	29,0	29,1	29,2	29,2	29,2

Население, занятое в сфере услуг (для целей проведенного исследования к ней были отнесены торговля, транспортировка и хранение, область информации и связь, образование), в 2022 г. составило 36,4 % против значения 2018 г. Наряду с этим сокращается доля занятых в традиционно производственной сфере – сельском хозяйстве и промышленности с 27,9 %

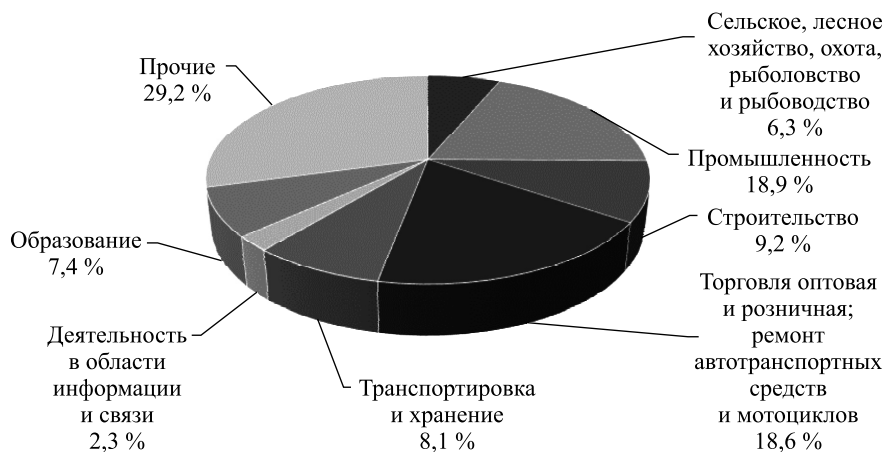


Рис. 1. Структура занятого населения России по видам деятельности в 2022 г. [29]
The structure of the employed population of Russia by type of activity in 2022 [29]

в 2018 г. до 25,2 % в 2022 г. Можно сделать вывод: доля работников сферы услуг не только значительна (больше трети от всего числа занятых) (рис. 1), но и постепенно увеличивается за счет роста работников в области информации и связи, транспортировки и хранения. В традиционных отраслях сферы услуг (торговля, образование) отмечается снижение удельного веса занятых.

Очевидно, что доля занятых в оптовой и розничной торговле, ремонте автотранспортных средств и мотоциклов сопоставима с занятыми в промышленности.

В табл. 3 представлена информация об изменении платных услуг населению за 2005–2023 гг. в сопоставимых ценах, без влияния инфляции.

Таблица 3
Динамика платных услуг населению в Российской Федерации за 2005–2023 гг., в сопоставимых ценах, % к предыдущему году [29]
Dynamics of paid services to the population in the Russian Federation for 2005–2023, in comparable prices, % compared to the previous year [29]

Показатели	2005 г.	2010 г.	2015 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Платные услуги населению, всего	101,5	101,4	97,9	99,1	82,7	117,6	103,2	104,2
В том числе бытовые	101,0	100,8	96,5	100,1	85,4	126,1	102,8	105,4

Примечание. Данные за 2023 г. представлены за январь – ноябрь 2023 г.

В течение исследуемого периода происходит неоднозначное изменение оказанных услуг – в период до 2015 г. отмечается незначительное увеличение, затем сокращение с 2015 по 2020 г., а после снятия ограничений из-за пандемии заметен рост платных услуг. Можно предположить, что на более медленное увеличение в 2022–2023 гг. оказали косвенное влияние международные санкции 2022 г. Таким образом, подтверждается сделанный ранее вывод о постепенном увеличении сферы услуг, о важности данного сектора для экономики страны.

Социальная ответственность бизнеса – актуальная в настоящее время концепция развития любого субъекта хозяйствования; для сферы услуг это особенно важно, поскольку деятельность таких организаций ориентирована на взаимодействие с населением и обществом. Интерес представляет содержание данной категории применительно к российским условиям и в зависимости от масштаба деятельности.

Истоки социальной ответственности часто относят к концу XIX – началу XX в., реализуемой в форме благотворительности. В России – это пора возникновения меценатства, когда были открыты: Третьяковская галерея и Московская частная русская опера С.И. Мамонтова; пожертвованы средства для научной экспедиции на Камчатку; организован Аэродинамический институт и т.д. Однако неправильно увязывать данные акты благотворительности с социальной ответственностью, поскольку они носили частный несистемный характер и не затрагивали бизнес меценатов.

Предпосылки зарождения в XX в. такой категории, как социальная ответственность бизнеса, связаны с социальными и экологическими проблемами общества. Так, с одной стороны, появилась необходимость смягчения условий труда наемных работников промышленных предприятий, с другой – общество единодушно признало наличие экологических проблем, а влияние бизнеса на их решение – его важной характеристикой.

Рассмотрение социальной ответственности как отдельного аспекта деятельности организаций началось с появления в 1953 г. первой работы в данной области «Социальная ответственность бизнесмена» Г. Боуена, где социальная ответственность определялась в виде обязанности бизнесмена в проведении политики, принятия решений, которые наиболее желательны с точки зрения целей и ценностей общества [26]. Поднятый Г. Боуеном вопрос о признании бизнесменами социальных последствий своих действий и принятии во внимание социальных интересов остается актуальным и обсуждаемым по сей день.

Следующим этапом в развитии концепции социальной ответственности является обсуждение в 1980-х гг. двух диаметрально противоположных взглядов, раскрытых в публикации М. Фридмана «Социальная ответственность бизнеса – увеличивать прибыль» и Комитета содействия экономическому развитию США «Социальная ответственность корпораций».

Являясь противником социальной ответственности бизнеса, М. Фридман отмечал, что компания не имеет способности и морального права тратить средства инвесторов, потребителей и сотрудников на социальные нужды, поскольку расходы на такие нужды финансируются за счет прибыли или заработной платы сотрудников. Возникает конфликт интересов. Социальные проблемы должны решаться на уровне государства, поскольку в его компетенции определять, какие задачи для общества важнее, как более эффективно расходовать средства. Ответственность бизнеса в данном ракурсе заключается в уплате налогов и соблюдении законодательства и этических норм [26]. В то же время менеджеры и владельцы бизнеса в частном порядке могут поддерживать социальные проекты.

Оппонентом М. Фридману в дискуссии о месте социальной ответственности в жизни бизнеса выступил Комитет содействия экономическому раз-

виту США, определяющий обязанностью американского бизнеса служение обществу, улучшение его жизни.

Дальнейшее обсуждение способствовало появлению таких исследований, как пирамида А. Кэролла и теория заинтересованных сторон Р.Я. Фримена. Если первый выделяет в сущности социальной ответственности бизнеса обязательства перед обществом (экономические, правовые, этические и филантропические) и обобщает более ранние подходы к ней, то второй ориентируется только на выявление заинтересованных сторон и выстраивание с ними долгосрочных, взаимовыгодных отношений.

Все существующие подходы к определению социальной ответственности бизнеса принято объединять в три базовые теории: корпоративного эгоизма, корпоративного альтруизма и разумного эгоизма [13]. Теория корпоративного эгоизма, предполагает, что такая ответственность находится вне компетенции бизнеса, а также создает конфликт с интересами заинтересованных сторон (М. Фридман). Вторая теория корпоративного альтруизма, напротив, основывается на том, что любой бизнес должен способствовать улучшению жизни общества (Г. Боуэн, Комитет содействия экономическому развитию США). Теория разумного эгоизма является наиболее популярной и распространенной, она основывается на том, что бизнес получает выгоду для себя, решая проблемы отдельных заинтересованных сторон и общества (Р.Я. Фримен и др.).

Т.В. Уськова, Е.Д. Разгулина анализируя российскую действительность, выделяют такие подходы к социальной ответственности, как либеральный, традиционный, социальный, стратегический или интегрированный (рис. 2).

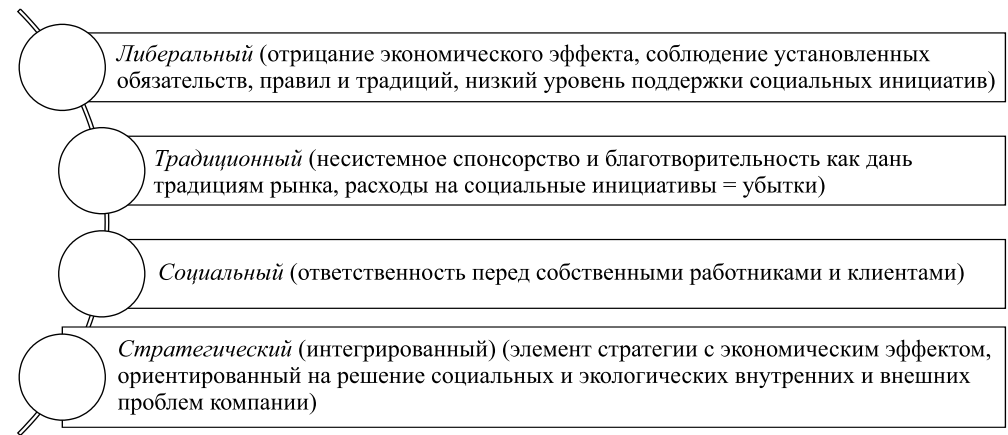


Рис. 2. Подходы к пониманию социальной ответственности бизнеса [27]
Approaches to understanding business social responsibility [27]

Рассмотренная эволюция категории социальной ответственности предпринимательских структур позволяет заметить: несмотря на различия в подходах, основным остается ответственность организации перед обществом путем принятия решений в социальной и экологической областях.

Существует множество определений социальной ответственности. Так, А.Л. Кузнецов формулирует социальную ответственность бизнеса как кон-

цепщию, направленную на удовлетворение общественных потребностей за счет аккумуляции и перераспределения на эти цели части прибыли [6].

В самом общем виде – это создание таких условий для работников, при которых они могли бы трудиться с максимальной отдачей для реализации собственных потребностей, нужд предприятия и на благо общества.

В научной литературе в зависимости от объекта ответственности выделяют внешнюю и внутреннюю степень социальной ответственности, а также три ее уровня [5, 18] (рис. 3.)

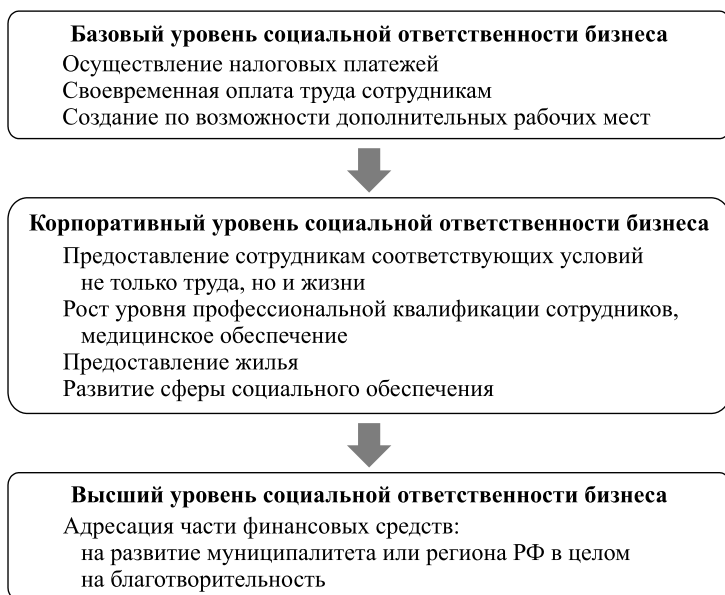


Рис. 3. Уровни социальной ответственности бизнеса [20, 21]
Levels of social responsibility of business [20, 21]

Базовый уровень, являясь основой социальной ответственности, относится к внутренней ответственности и затрагивает простые, обычные для всех экономических субъектов аспекты ответственности – исполнение налоговых обязательств и обязательств перед сотрудниками по оплате. Более развитый уровень, корпоративный, также относящийся к внутренней среде, выходит за рамки признанной нормой, базой ответственности. Высший уровень ответственности ориентирован на внешнюю среду и направлен на регион присутствия организации и благотворительность. Уровни социальной ответственности определяются политикой в этой области и влияют на уровень социальных расходов.

Развитие социальной ответственности бизнеса сопряжено с определенными трудностями, к которым Е.А. Шевченко, С.И. Луговской относят [18]:

– неразвитую, консервативную систему взаимоотношений бизнеса и государственных структур, проявляющуюся в разных аспектах: бизнес – зачастую это источник финансирования и налоговых поступлений, но неполноправный партнер в решении социальных проблем региона; отсутствует инициатива по развитию социальной ответственности у государственных

предприятий, которые в идеале должны инициировать рост социальной открытости и ориентированности;

- отсутствие финансовой возможности реализовывать социальную ответственность бизнеса у большинства организаций, связанную с низкой эффективностью деятельности, с последствиями санкционных ограничений: руководство осуществляет социальную политику, соизмеряя расходы для помощи развития местного общества с доходами от проводимых мероприятий, которые сложно оценить в условиях российской действительности;

- необходимость формирования научно обоснованной системы социальной ответственности бизнеса, включающей не только целевые установки, но и индикаторы, методику их расчета, мониторинг, а также контроль за реализацией, отчетность по данному направлению. Для этого необходимы специалисты с соответствующим образованием и опытом.

А.Л. Кузнецов дополняет перечень трудностей историческими особенностями развития российской государственности, заключающихся в недостаточно зрелом институте предпринимательства, что делает сложным адаптацию зарубежных (японской, американской и европейской) моделей социальной активности. Проблемой является несовершенство государственной политики по отношению к рассматриваемому вопросу [6].

Несмотря на отмеченное, реализация социальной ответственности позволяет бизнесу вносить свой вклад в решение экологических проблем региона, качества жизни его жителей, повышая доверие населения к организации, положительно сказывается на результатах ее деятельности. Улучшению ситуации способствует внедрение на федеральном уровне ЭКГ-рейтинга (Экология. Кадры. Государство), призванного комплексно оценить уровни благонадежности, социальной и экологической ответственности субъектов хозяйствования, на основе соответствующего государственного стандарта [30].

Е.А. Шевченко, С.И. Луговской выделяют такие положительные стороны социальной ответственности бизнеса [18]:

- способность формирования и развития связей между бизнес-структурами и обществом;

- значительная динамика и оперативность действий по сравнению с государственными структурами;

- оказание непосредственно положительного влияния на имидж бизнеса, а следовательно, и на результаты его деятельности.

Влияние социальной ответственности организаций на эффективность деятельности выделяет Е.Ю. Кузьмина, обращающая внимание на улучшение имиджа, повышение узнаваемости бренда, обеспечение поддержки стейкхолдеров, внедрение новшеств, повышение лояльности персонала, привлечение дополнительных инвестиций, выход на международный рынок [7].

В условиях глобализации и растущих запросов общества к бизнесу мировое распространение получила концепция устойчивого развития, модель которой включает экономическую, экологическую и социальную составляющие. Таким образом, крупный бизнес, в основе деятельности которого лежит эта концепция, декларируют цели в области устойчивого развития и отчитывается в формате нефинансовой отчетности.

Анализ открытых данных сайта Российского союза предпринимателей и промышленников на конец января 2024 г. показал: за 2022 г. крупными российскими корпорациями подано 95 нефинансовых отчетов, что меньше предыдущего года на 16 %. В сфере услуг количество отчетов сократилось пропорционально общей динамике до 26, т.е. почти на четверть от общего количества [31].

Изучение данных такой отчетности показало: социальная ответственность крупного российского бизнеса реализуется в рамках достижения устойчивого развития через взаимодействие с заинтересованными сторонами. На рис. 4 представлены основные группы таких сторон ПАО «Аэрофлот» и их ожидания.

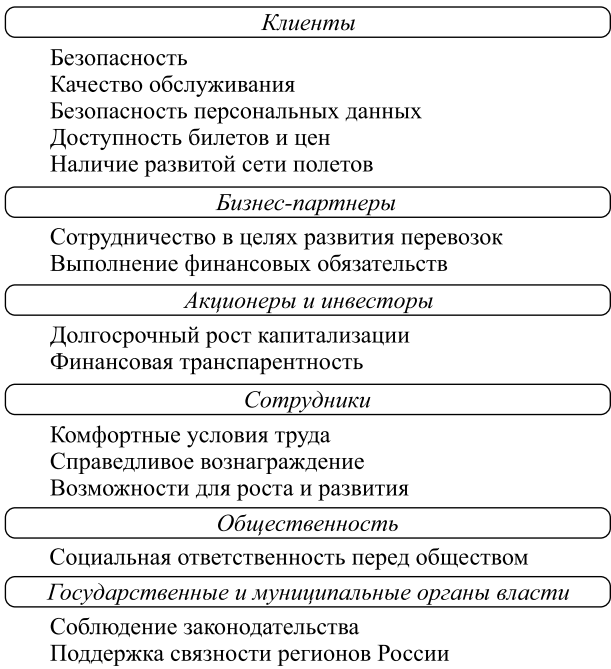


Рис. 4. Заинтересованные стороны деятельности ПАО «Аэрофлот» – одной из крупнейших компаний в сфере услуг России [32]

Stakeholders in the activities of PJSC Aeroflot, one of the largest companies in the Russian service sector [32]

По мнению автора статьи, состав заинтересованных сторон крупных экономических субъектов сферы услуг не отличается от представленного на рис. 4 и стандартен, несмотря на отраслевые особенности. Социальная ответственность крупного бизнеса сферы услуг так же, как и других секторов экономики, реализуется через благотворительные и социальные программы в сфере культуры, спорта и образования, управления персоналом, защиты окружающей среды.

Как было отмечено выше, социальная ответственность предпринимательских структур в сфере услуг из-за специфики данного сектора экономики характерна не только для крупных отечественных организаций, но и для среднего, малого бизнеса. Следует выделить такую специфическую

межотраслевую систему, как потребительская кооперация, занимающую особое место в экономике страны и, в частности, в сфере услуг.

Потребительская кооперация как многоуровневая социально-экономическая система состоит из кооперативных организаций, в основе деятельности которых заложены цели достижения экономической эффективности в контексте реализации социальной миссии.

В сельской местности организации потребительской кооперации играют важную роль в социальных отношениях, оказывая влияние на все аспекты жизни человека, реализуя социальную политику и определенные функции. Уникальность потребительской кооперации заключается в ее многоотраслевом характере (рис. 5).

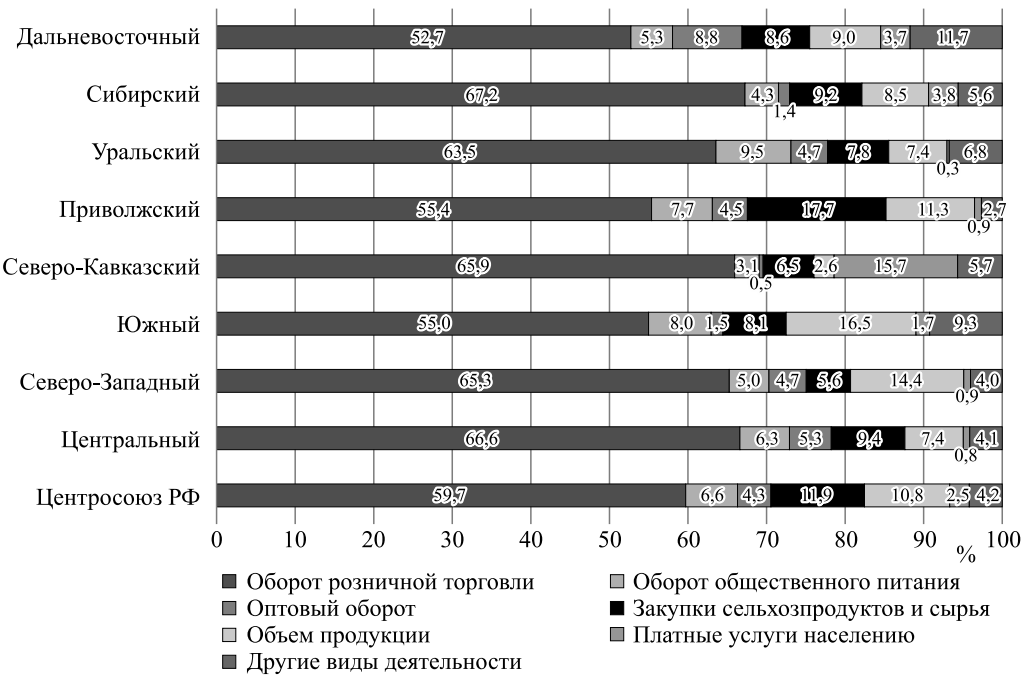


Рис. 5. Структура объема деятельности Центросоюза по отраслям и региональным союзам на конец 2023 г., % [33]

The structure of the volume of activity of the Central Union by industry and regional unions at the end of 2023, % [33]

На конец 2023 г. наибольший удельный вес по всем региональным союзам и в целом по Центросоюзу Российской Федерации приходится на розничную торговлю – ее доля составила не менее 52,7 % от общего объема деятельности системы.

Как отмечает А.В. Соболев, кооперативная организация, действуя в рыночной среде, благодаря социальным механизмам осуществляет предпринимательство, получает блага, которые справедливо распределяются между ее членами [15].

Кооперативной организации свойственны следующие признаки [9]:

– стимулом для создания кооператива является интерес потенциального пайщика, таким образом, кооператив – это объединение однородных интересов;

– источником формирования капитала выступают паевые взносы каждого участника, поскольку именно удовлетворение их потребностей служило началом создания кооператива;

– пайщиками могут выступать как граждане (физические лица), так и организации;

– в результате участники наделяются особым правовым статусом – члена или пайщика кооператива.

Социальная ответственность кооперативных организаций реализуется через взаимоотношения с заинтересованными сторонами, тем самым проявляется двойственная сущность кооперативной деятельности. Это связано с тем, что потребительские общества создаются для удовлетворения разнообразных потребностей членов-пайщиков, а источником финансирования расходов на это является предпринимательская деятельность. Именно эффективный, рентабельный кооперативный сектор позволяет осуществлять социальную деятельность, основанную на социальной ответственности потребительской кооперации. Как отмечает Е.Л. Маслова, прибыль в деятельности потребительской кооперации – не самоцель, а работа в условиях рыночных отношений, конкуренции, средство решения социально-экономических проблем [8].

Очевидно, особенностью деятельности потребительской кооперации является обязательный социальный характер, что обусловлено ее социальной миссией, формирующей социальную ответственность кооперативного бизнеса и реализуемой в процессе социальной деятельности (рис. 6).

Отражением социальных аспектов деятельности потребительской кооперации является определение, данное И.В. Роздольской, С.М. Осадчей, раскрывающее кооперативный сектор экономики как социально-экономической системы макроэкономического масштаба, основанной на кооперативной собственности и социальной ответственности воспроизводственного процесса [14].

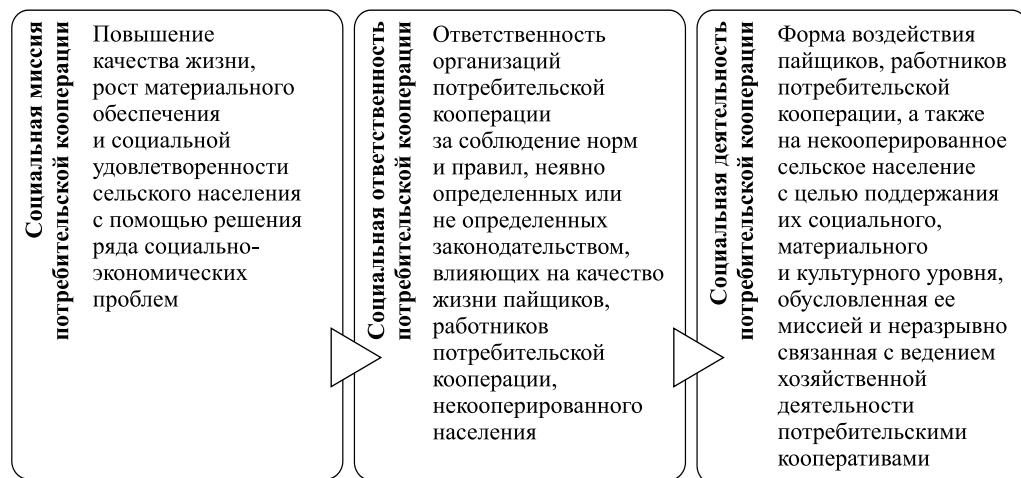


Рис. 6. Содержание основных категорий социальной составляющей деятельности потребительской кооперации. Источник: составлено автором

The content of the main categories of the social component of consumer cooperation activities.
Source: compiled by the author

Исследование социальной ответственности кооперативных организаций невозможно без выделения заинтересованных сторон. Изучение Программы развития системы потребительской кооперации на 2023–2027 гг. позволяет определить задачи, затрагивающие социальный аспект деятельности:

- повышение благосостояния пайщиков и работников, обеспечение занятости населения;
- оказание дополнительных мер поддержки жителям в новых субъектах Российской Федерации и военнослужащим – участникам СВО;
- обеспечение системы квалифицированными кадрами, конкурентоспособными на российском и международном рынках;
- создание благоприятных условий для личностного и профессионального развития молодежи в образовательных организациях потребительской кооперации;
- усиление внимания к социальным нуждам людей (не только пайщиков и работников системы потребительской кооперации) путем участия в полезной общественной деятельности всех неравнодушных пайщиков, работников кооперативных организаций и обучающихся в учебных заведениях [34].

Анализ этих направлений развития потребительской кооперации России позволяет выделить три основные группы заинтересованных сторон – потребители товаров и услуг потребительской кооперации, работники и пайщики (рис. 7). Каждая из этих групп характеризуется собственными интересами или потребностями, решить которые и призвана потребительская кооперация в процессе реализации социальной миссии с помощью инструментов социальной деятельности.



Рис. 7. Группы, вовлеченные в деятельность потребительской кооперации, и их интересы.
Источник: составлено автором

Groups involved in consumer cooperation activities and their interests.
Source: compiled by the author

В научных публикациях и на практике выделены основные направления социальной деятельности: повышение уровня жизни сельского населения, развитие инфраструктуры села и развитие нравственности в обществе (рис. 8).



Рис. 8. Направления социальной деятельности потребительской кооперации [11]
Directions of social activity of consumer cooperation [11]

Повышение уровня жизни сельского населения включает обеспечение занятости и формирование доходов населения, улучшение условий существования.

Обеспечение занятости предполагает трудоустройство населения на работу в систему потребительской кооперации на различных условиях и имеет важнейшее значение для достижения цели устойчивого развития ООН 4 (ЦУР 4), которая расшифровывается как «Обеспечение всеохватного и справедливого качественного образования для обеспечения возможностей обучения на протяжении всей жизни для всех». Соблюдение данного компонента социальной устойчивости предполагает получение образования, ориентированного на ценности устойчивого развития, чтобы помочь людям совершенствовать научные знания, предпринимательские и цифровые компетенции, ценности и поведение, необходимые для устойчивого развития, что, в свою очередь, способствует устойчивому экономическому, социальному и экологическому развитию. Трансформация рынка труда системы сельских территорий привела к появлению новых альтернативных форм

занятости в системе потребительской кооперации: самозанятость, временные контракты, проектная работа. В этом контексте характерно выделить развитие самозанятости специалистов, причинами которой стала пандемия и введение специального налогового режима с 1 июля 2020 г. Такая смена трудовых установок обусловила распространение удаленного режима работы, что является наиболее оптимальным вариантом обеспечения занятости населения как для сотрудников, так и для работодателей [11].

Формирование доходов населения предполагает соотношение с ЦУР 10 – «сокращения неравенства» и состоит из различных задач, охватывающих темпы роста расходов домохозяйств, расширение прав и возможностей, поощрение социальной, экономической и политической интеграции, обеспечение равных возможностей и сокращение неравенства в результатах деятельности. Потребительская кооперация как социально ориентированная система должна создавать больше качественных рабочих мест предпринимательской и заготовительной деятельности сельхозпродукции у населения. Это приведет к устранению неравенства в экономическом развитии населения и не оставит без внимания ни одного жителя.

Сокращение социального неравенства и стабильная окружающая среда побуждают людей воспринимать и использовать новые экономические возможности в условиях рыночной неопределенности, тем самым занимаясь предпринимательством и способствуя социальному процветанию. Следовательно, ликвидация неравенства и обеспечение равных возможностей развития для населения являются важными предпосылками в достижении устойчивого развития.

Улучшение условий существования означает привлечение товарного кредитования сельского населения, поставку товаров в отдаленные пункты, реализацию товаров и услуг по единым ценам, оказание услуг на сельских территориях, расширение функций магазинов, помощь в получении образования, организацию малых производств первичной обработки продукции.

Отсутствие квалифицированных кадров в сельской местности порождает, в первую очередь, сложности с получением доступа к источникам финансирования (банки, другие поставщики кредитов). Доступ к финансированию повышает устойчивость организации, облегчая выход на рынок, активизирует предпринимательскую деятельность, повышая инновационный потенциал и совершенствуя навыки управления рисками.

Развитие инфраструктуры села определяет сельские районы следующими индикаторами: высоким уровнем бедности и низким уровнем экономической активности, развитием инфраструктуры и доступа к основным услугам. Важное направление деятельности сельских потребительских кооперативов – формирование комфортной среды обитания жителей [4], включающей наличие современных магазинов нового формата, предприятий по оказанию бытовых услуг и т.д.

Развитие нравственности в обществе, в первую очередь, направлено на благополучие человека и заключается в культурно-просветительской деятельности, открытии мини-библиотек, залов бильярда и настольного тенниса в неиспользуемых по прямому назначению зданиях, обустройстве детских площадок, улучшении психологического климата в семье и освое-

нии нравственных основ потребительской кооперации при получении образования в кооперативных учебных заведениях.

В заключение можно отметить: социальная ответственность бизнеса в сфере услуг имеет особенности, связанные с отраслевой спецификой и масштабом деятельности. Социальная работа организаций потребительской кооперации ориентирована на субъекты: пайщики, работники, неоперированное население. Устойчивое развитие системы потребительской кооперации зависит от выстраивания отношений с данными категориями населения, соблюдения баланса интересов и приоритетов.

В процессе работы было исследовано развитие категории социальной ответственности предпринимательских структур, предпосылки ее появления и содержание. Также изучены основные параметры социальной ответственности сферы услуг, в том числе и потребительской кооперации, что в целом соответствует целям устойчивого развития. При этом на основании анализа приведенных определений, системного подхода представлены и охарактеризованы направления социальной деятельности потребительской кооперации, в основе которых подразумевается наличие социальной ответственности как составляющей устойчивости.

Список источников

1. *Арошидзе А.А.* Теория и методология управления экономической составляющей устойчивого развития предпринимательских структур. Монография. Новосибирск: Изд. ООО «СибАК», 2019. 194 с.
2. *Берлизев Р.Н., Супонин Д.М.* Концептуальные направления устойчивого развития сферы услуг в условиях цифровой экономики // *Экономика и бизнес: теория и практика*. 2021. № 4-1 (74). С. 66–69.
3. *Гурьева М.А., Бутько В.В.* Системная оценка эколого-экономической деятельности предприятия ПАО НК «ЛУКОЙЛ» // *Экономические отношения*. 2019. № 3. С. 2151–2164. DOI: 10.18334/eo.9.3.40952.
4. *Дроздова М.И.* Роль потребительской кооперации в обеспечении устойчивого развития сельских территорий // *Вестник Алтайского государственного аграрного университета*. 2014. № 11 (121). С. 175–178.
5. *Карева Н.Н., Швецова В.Д.* Актуальные модели социальной ответственности бизнеса // *Евразийский союз ученых*. 2018. № 4-2 (49). С. 70–72.
6. *Кузнецов А.Л.* О социальной ответственности бизнеса предприятий Удмуртии // *Интеллектуальные системы в производстве*. 2021. Т. 19, № 1. С. 112–117.
7. *Кузьмина Е.Ю.* Влияние корпоративной социальной ответственности на экономическую безопасность организации в современных условиях // *Вестник Академии управления и производства*. 2022. № 4. С. 243–248.
8. *Маслова Е.Л.* Ценности и принципы потребительской кооперации и интересы пайщиков // *Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора*. 2021. № 4. С. 38–46.
9. *Матраева Л.В., Каурова О.В., Васютина Е.С., Королькова Н.А.* Потребительская кооперация: основы модели функционирования и ключевые тенденции развития в России // *Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора*. 2022. № 1. С. 44–49.
10. *Минаев Н.Н., Жарова Е.А.* Анализ накопления человеческого капитала в регионах России в условиях технологических сдвигов и перехода к цифровой экономике // *Экономика труда*. 2021. № 6. С. 565–584.

11. Надеждина С.Д., Чистякова О.А., Чистяков А.А. Трансформация рынка труда и запрос на новый тип ИТ-специалистов в тренде цифровой экономики // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2024. Т. 9, № 1 (31). С. 84–94.
12. Почеваев И.А., Макаров И.Н., Левчегев О.Н. Концепция социальной устойчивости территориального развития // Креативная экономика. 2022. Т. 16, № 12. С. 4713–4730. DOI: 10.18334/ce.1612.116294.
13. Робинс Стивен П., Коултер М. Менеджмент. М.: Вильямс, 2004. 1056 с.
14. Роздольская И.В., Осадчая С.М. Расширение спектра инструментов социальной ответственности хозяйствующих субъектов региона на этапе активизации экономических преобразований // Фундаментальные исследования. 2015. № 6-2. С. 380–389.
15. Соболев А.В. Потребительский кооператив: особенности, сущность и значение // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2021. № 4. С. 13–23.
16. Чабанов В.Е. Экономика XXI века, или Третий путь развития. СПб.: БХВ-Петербург, 2007. 736 с.
17. Чистякова О.А., Денисенко Е.Б., Чурикова А.А., Сафронова И.В. Оценка видов экономической деятельности в организациях потребительской кооперации Сибирского федерального округа // «Социально-экономическое развитие сельских территорий: тренды кооперации»: сб. мат-лов Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. Новосибирск, 2021. С. 38–43.
18. Шевченко Е.А., Луговской С.И. Роль социальной ответственности бизнеса в социально-экономическом развитии территории // KANT. 2023. № 3 (48). С. 96–101. DOI: 10.24923/2222-243X.2023-48.15.
19. Afshari H., Agnihotri S., Searcy C., Jaber M.Y. Social sustainability indicators: A comprehensive review with application in the energy sector // Sustainable Production and Consumption. 2022. Vol. 31. P. 263–286. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.02.018>. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352550922000501> (дата обращения: 29.03.2024).
20. Ahmad T., Thaheem M.J. Developing a residential building-related social sustainability assessment framework and its implications for BIM // Sustainable Cities and Society. 2017. Vol. 28. P. 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2016.08.002>. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2210670716301925> (дата обращения: 29.03.2024).
21. Ahmad S., Wong K.Y. Development of weighted triple-bottom line sustainability indicators for the Malaysian food manufacturing industry using the Delphi method // Journal of Cleaner Production. 2019. Vol. 229. P. 1167–1182. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.04.399>. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652619315008> (дата обращения: 29.03.2024).
22. Botelho A., Pinto L., Lourenço-Gomes L., Valente M., Sousa S. Social sustainability of renewable energy sources in electricity production: An application of the contingent valuation method // Sustainable Cities and Society. 2016. Vol. 26. P. 429–437. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2016.05.011>. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2210670716300907> (дата обращения: 23.03.2024).
23. Gould R., Missimer M., Mesquita P. Using social sustainability principles to analyse activities of the extraction lifecycle phase: Learnings from designing support for concept selection // Journal of Cleaner Production. 2017. Vol. 140. Part 1. P. 267–276. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.08.004>. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652616311295> (дата обращения: 29.03.2024).
24. Purvis, Mao Y., Robinson D. Three pillars of sustainability: in search of conceptual origins // Sustainability Science. 2019. 14 (3). P. 681–695. <https://doi.org/10.1007/s11625->

- 018-0627-5(0123456789. URL: <https://www.researchgate.net/publication/327404334> (дата обращения: 23.03.2024).
25. *Sachas J., Schmid-Traub G., Kroll C., Lafortune G., Fuller G.* Sustainable Development Report 2019. New York Bertelsmann Stiftung and Sustainable Development Solutions Network (SDSN), 2019.
 26. *Майорова Е.А.* Корпоративная социальная ответственность торговых организаций: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2022. 223 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1588755> (дата обращения: 31.03.2024).
 27. *Ускова Т.В., Разгулина Е.Д.* Социальная ответственность бизнеса: проблемы и тенденции: препринт. Вологда: ИСЭРТ РАН, 2015. 56 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1019597> (дата обращения: 31.03.2024).
 28. 1987: Доклад Брундтланд. URL: <https://www.are.admin.ch/are/en/home/media/publications/sustainable-development/brundtland-report.html> (дата обращения: 29.03.2024).
 29. Доклад «Социально-экономическое положение России». URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/50801> (дата обращения: 21.01.2024).
 30. Официальный сайт проекта. URL: <https://экг-рейтинг.рф/> (дата обращения: 21.01.2024).
 31. Таблица Библиотеки корпоративных нефинансовых отчетов по состоянию на сегодня. [Электронный ресурс]. URL: <https://rspp.ru/tables/non-financial-reports-library/> (дата обращения: 21.01.2024).
 32. Отчет о деятельности ПАО «Аэрофлот» в области устойчивого развития – 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://rspp.ru/upload/uf/658/noism9bnrnnw95wwyub6agyasmw3tq0p/Aeroflot-OUR-2022.pdf> (дата обращения: 21.01.2024).
 33. Основные показатели хозяйственной деятельности потребительской кооперации России. URL: <https://sibupk.sharepoint.com/zao/SitePages/Stat.aspx> (дата обращения: 24.02.2024).
 34. Программы развития системы потребительской кооперации на 2023–2027 гг. URL: <https://rus.coop/> (дата обращения: 22.02.24).

References

1. Aroshidze A.A. Teorija i metodologija upravljenja jekonomicheskoy sostavljajushhej ustojchivogo razvitija predprinimatel'skih struktur [Theory and methodology of managing the economic component of sustainable development of entrepreneurial structures]. Monografija. Novosibirsk, Izd. OOO «SibAK», 2019. 194 p.
2. Berlizev R.N., Suponin D.M. Konceptual'nye napravlenija ustojchivogo razvitija sfery uslug v uslovijah cifrovoj jekonomiki [Conceptual directions of sustainable development of the service sector in the digital economy], *Jekonomika i biznes: teorija i praktika* [Economy and business: theory and practice], 2021, no. 4-1 (74), pp. 66–69.
3. Gur'eva M.A., But'ko V.V. Sistemnaja ocenka jekologo-jekonomicheskoy dejatel'nosti predpriyatija PAO NK «LUKOIL» [Systematic assessment of environmental and economic activities of the enterprise PJSC NK LUKOIL], *Jekonomicheskie otnoshenija* [Economic relations], 2019, no. 3, pp. 2151–2164. DOI: 10.18334/eo.9.3.40952.
4. Drozdova M.I. Rol' potrebitel'skoj kooperacii v obespechenii ustojchivogo razvitija sel'skih territorij [The role of consumer cooperation in ensuring sustainable development of rural areas], *Vestnik Altajskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta* [Bulletin of the Altai State Agrarian University], 2014, no. 11 (121), pp. 175–178.
5. Kareva N.N., Shvecova V.D. Aktual'nye modeli social'noj otvetstvennosti biznesa [Actual models of social responsibility of business], *Evrazijskij sojuz uchenyh* [Eurasian Union of Scientists], 2018, no. 4-2 (49), pp. 70–72.

6. Kuznecov A.L. O social'noj otvetstvennosti biznesa predpriyatij Udmurtii [On the social responsibility of business of enterprises of Udmurtia], *Intellektual'nye sistemy v proizvodstve* [Intelligent systems in production], 2021, vol. 19, no. 1, pp. 112–117.
7. Kuz'mina E.Ju. Vlijanie korporativnoj social'noj otvetstvennosti na jekonomicheskiju bezopasnost' organizacii v sovremennyh uslovijah [The influence of corporate social responsibility on the economic security of an organization in modern conditions], *Vestnik Akademii upravlenija i proizvodstva* [Bulletin of the Academy of Management and Production], 2022, no. 4, pp. 243–248.
8. Maslova E.L. Cennosti i principy potrebitel'skoj kooperacii i interesy pajshhikov [Values and principles of consumer cooperation and the interests of shareholders], *Fundamental'nye i prikladnye issledovanija kooperativnogo sektora* [Fundamental and applied research of the cooperative sector], 2021, no. 4, pp. 38–46.
9. Matraeva L.V., Kaurova O.V., Vasjutina E.S., Korol'kova N.A. Potrebitel'skaja kooperacija: osnovy modeli funkcionirovanija i ključevye tendencii razvitija v Rossii [Consumer cooperation: basics of the functioning model and key development trends in Russia], *Fundamental'nye i prikladnye issledovanija kooperativnogo sektora* [Fundamental and applied research of the cooperative sector], 2022, no. 1, pp. 44–49.
10. Minaev N.N., Zharova E.A. Analiz nakoplenija chelovecheskogo kapitala v regionah Rossii v uslovijah tehnologicheskikh sdvigov i perehoda k cifrovoj jekonomike [Analysis of human capital accumulation in the regions of Russia in the context of technological shifts and the transition to a digital economy], *Jekonomika truda* [Labor Economics], 2021, no. 6, pp. 565–584.
11. Nadezhkina S.D., Chistjakova O.A., Chistjakov A.A. Transformacija rynka truda i zapros na novyj tip IT-specialistov v trende cifrovoj jekonomiki [Transformation of the labor market and the demand for a new type of IT specialists in the trend of the digital economy], *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Politicheskije, sociologičeskije i jekonomičeskije nauki* [Bulletin of the Kemerovo State University. Series: Political, sociological and economic sciences], 2024, vol. 9, no. 1 (31), pp. 84–94.
12. Pochevaev I.A., Makarov I.N., Levchegov O.N. Konceptcija social'noj ustojchivosti territorial'nogo razvitija [The concept of social sustainability of territorial development], *Kreativnaja jekonomika* [Creative Economy], 2022, vol. 16, no. 12, pp. 4713–4730. DOI: 10.18334/se.1612.116294.
13. Robins Stiven P., Koulter M. Menedzhment [Management]. Moscow, Vil'jams, 2004. 1056 p.
14. Rozdol'skaja I.V., Osadchaja S.M. Rasshirenie spektra instrumentov social'noj otvetstvennosti hozjajstvujushhijh sub#ektov regiona na jetape aktivizacii jekonomicheskijh preobrazovanij [Expanding the Range of Social Responsibility Instruments for Economic Entities in the Region at the Stage of Activating Economic Transformations], *Fundamental'nye issledovanija* [Fundamental Research], 2015, no. 6-2, pp. 380–389.
15. Sobolev A.V. Potrebitel'skij kooperativ: osobennosti, sushhnost' i znachenie [Consumer Cooperative: Features, Essence and Significance], *Fundamental'nye i prikladnye issledovanija kooperativnogo sektora jekonomiki* [Fundamental and Applied Research of the Cooperative Sector of the Economy], 2021, no. 4, pp. 13–23.
16. Chabanov V.E. Jekonomika XXI veka, ili Tretij put' razvitija [Economy of the 21st Century, or the Third Way of Development]. Saint Petersburg, BHV-Peterburg, 2007. 736 p.
17. Chistjakova O.A., Denisenko E.B., Churikova A.A., Safronova I.V. Ocenka vidov jekonomicheskijh dejatel'nosti v organizacijah potrebitel'skoj kooperacii Sibirskogo federal'nogo okruga [Assessment of Types of Economic Activity in Consumer Cooperative Organizations of the Siberian Federal District]. «Social'no-jekonomicheskoe razvitie sel'skijh territorij: trendy kooperacii»: sb. mat-lov Vserossijskoj (nacional'noj) nauchno-praktičeskijh konferencii. Novosibirsk, 2021. Pp. 38–43.

18. Shevchenko E.A., Lugovskoj S.I. Rol' social'noj otvetstvennosti biznesa v social'no-jekonomicheskom razvitii territorii [The Role of Social Responsibility of Business in the Socio-Economic Development of the Territory], *KANT [KANT]*, 2023, no. 3 (48), pp. 96–101. DOI: 10.24923/2222-243X.2023-48.15.
19. Afshari H., Agnihotri S., Searcy C., Jaber M.Y. Social sustainability indicators: A comprehensive review with application in the energy sector. *Sustainable Production and Consumption*, 2022, vol. 31, pp. 263–286. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.02.018>. Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352550922000501> (accessed: 29.03.2024)
20. Ahmad T., Thaheem M.J. Developing a residential building-related social sustainability assessment framework and its implications for BIM. *Sustainable Cities and Society*, 2017, vol. 28, pp. 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2016.08.002>. Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2210670716301925> (accessed: 29.03.2024).
21. Ahmad S., Wong K.Y. Development of weighted triple-bottom line sustainability indicators for the Malaysian food manufacturing industry using the Delphi method. *Journal of Cleaner Production*, 2019, vol. 229, pp. 1167–1182. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.04.399>. Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652619315008> (accessed: 29.03.2024).
22. Botelho A., Pinto L., Lourenço-Gomes L., Valente M., Sousa S. Social sustainability of renewable energy sources in electricity production: An application of the contingent valuation method. *Sustainable Cities and Society*, 2016, vol. 26, pp. 429–437. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2016.05.011>. Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2210670716300907> (accessed: 23.03.2024).
23. Gould R., Missimer M., Mesquita P. Using social sustainability principles to analyse activities of the extraction lifecycle phase: Learnings from designing support for concept selection. *Journal of Cleaner Production*, 2017, vol. 140, part 1, pp. 267–276. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.08.004>. Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652616311295> (accessed: 29.03.2024).
24. Purvis, Mao Y., Robinson D. Three pillars of sustainability: in search of conceptual origins. *Sustainability Science*, 2019, 14 (3), pp. 681–695. [https://doi.org/10.1007/s11625-018-0627-5\(0123456789](https://doi.org/10.1007/s11625-018-0627-5(0123456789). Available at: <https://www.researchgate.net/publication/327404334> (accessed: 23.03.2024).
25. Sachas J., Schmid-Traub G., Kroll C., Lafortune G., Fuller G. Sustainable Development Report 2019. New York Bertelsmann Stiftung and Sustainable Development Solutions Network (SDSN), 2019.
26. Majorova E.A. Korporativnaja social'naja otvetstvennost' torgovyh organizacij: uchebnoe posobie [Corporate social responsibility of trade organizations: a tutorial]. Moscow, INFRA-M, 2022. 223 p. [Electronic resource]. Available at: <https://znanium.com/catalog/product/1588755> (accessed: 31.03.2024).
27. Uskova T.V., Razgulina E.D. Social'naja otvetstvennost' biznesa: problemy i tendencii: preprint [Social responsibility of business: problems and trends: preprint]. Vologda: ISJeRT RAN, 2015. 56 p. [Electronic resource]. Available at: <https://znanium.com/catalog/product/1019597> (accessed: 31.03.2024).
28. 1987: Doklad Brundtland [1987: Brundtland Report]. Available at: <https://www.are.admin.ch/are/en/home/media/publications/sustainable-development/brundtland-report.html> (accessed: 29.03.2024).
29. Doklad «Social'no-jekonomicheskoe polozhenie Rossii» [Report “Socio-economic situation in Russia”]. Available at: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/50801> (accessed: 21.01.2024).
30. Oficial'nyj sajt proekta [Official website of the project]. Available at: <https://jekg-rejting.rf/> (accessed: 21.01.2024).

31. Tablica Biblioteki korporativnyh nefinansovyh otchetov po sostojaniju na segodnja [Table of the Library of corporate non-financial reports as of today]. [Electronic resource]. Available at: <https://rspp.ru/tables/non-financial-reports-library/> (accessed: 21.01.2024).

32. Otchet o dejatel'nosti PAO «Ajeroflot» v oblasti ustojchivogo razvitija – 2022 [Report on the activities of PJSC Aeroflot in the field of sustainable development – 2022]. [Electronic resource]. Available at: <https://rspp.ru/upload/uf/658/noism9bnrnnw95wwyyb6agyacmw3tq0p/Aeroflot-OUR-2022.pdf> (accessed: 21.01.2024).

33. Osnovnye pokazateli hozjajstvennoj dejatel'nosti potrebitel'skoj kooperacii Rossii [Key indicators of economic activity of consumer cooperation in Russia]. Available at: <https://sibupk.sharepoint.com/zao/SitePages/Stat.aspx> (accessed: 24.02.2024).

34. Programmy razvitija sistemy potrebitel'skoj kooperacii na 2023–2027 gg. [Programs for the development of the consumer cooperation system for 2023–2027]. Available at: <https://rus.coop/> (accessed: 22.02.24).

Сведения об авторе:

О.А. Чистякова – кандидат экономических наук, доцент, декан, факультет экономики и управления, заведующий кафедрой бухгалтерского учета, анализа и аудита, Сибирский университет потребительской кооперации, Новосибирск, Российская Федерация.

Information about the author:

O.A. Chistyakova – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Dean, Faculty of Economics and Management, Head of the Department of Accounting, Analysis and Audit, Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russian Federation.

<i>Статья поступила в редакцию</i>	<i>06.04.2024</i>	<i>The article was submitted</i>	<i>06.04.2024</i>
<i>Одобрена после рецензирования</i>	<i>05.06.2024</i>	<i>Approved after reviewing</i>	<i>05.06.2024</i>
<i>Принята к публикации</i>	<i>01.07.2024</i>	<i>Accepted for publication</i>	<i>01.07.2024</i>