

**КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК
ВЕДУЩАЯ КОНЦЕПЦИЯ СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕСА**

Аннотация: В статье рассмотрены теоретические аспекты корпоративной социальной ответственности. Представлена краткая хронология появления термина, а также рассмотрены некоторые подходы к его определению. Проанализированы основные модели КСО и их типы, а также рассмотрены принципы КСО.

Ключевые слова: устойчивое развитие, корпоративная социальная ответственность, принципы КСО, имидж компании.

Smirnova M.A. student

Supervisor: Charushina E.I., Candidate of Pedagogical Sciences, Associate

Professor of the Department of Management and Marketing

Kostroma State University

Russian Federation, Kostroma

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS THE LEADING CONCEPT
OF MODERN BUSINESS**

Abstract: The article discusses the theoretical aspects of corporate social responsibility. A brief chronology of the appearance of the term is presented, as well as some approaches to its definition are considered. The main CSR models and their types are analyzed, as well as the principles of CSR are considered.

Keywords: sustainable development, corporate social responsibility, CSR principles, company image.

Деятельность любой коммерческой организации нацелена на получение прибыли. Однако, при реализации своей деятельности, организации могут столкнуться с такой трудностью как соперничество с другими фирмами, которые предлагают такие же услуги или товары. В связи с возрастанием темпов изменений и степени неопределенности экономической среды увеличивается потребность в тщательном анализе деятельности компании и скорости реакции организации на происходящие изменения.

Актуальность статьи обусловлена тем, что в условиях постоянно изменяющихся запросов потребителей, технологий и конкурентного окружения выживание компании зависит от того, насколько серьезно руководство организации подходит к формированию имиджа социально ответственной компании.

Формирование позитивного имиджа компании является важным инструментом развития и продвижения бизнеса. Современные потребители различных товаров и услуг ждут не только высокого качества продукта компании, но и следят за ее деятельностью в обществе, мотивируя фирмы реализовывать функцию корпоративной социальной ответственности.

Сам термин «корпоративная социальная ответственность» был введен в оборот в 1953 году американским ученым Г. Боуеном. В своей работе «Социальная ответственность бизнесмена» Боуен представлял бизнес как часть общества, перед которым он несет ответственность [7, С. 9].

Социальная ответственность долгое время считалась как часть личного выбора каждой организации и носила хаотичный характер, однако в дальнейшем эта теория становится новой идеологией развития бизнеса. Важно подчеркнуть, что социальная ответственность является стабильным направлением деятельности многих компаний благодаря росту социальной напряженности с одной стороны, и научно-техническим прогрессом с другой.

Со временем термин корпоративной социальной ответственности претерпевал ряд изменений и в настоящее время не существует его единого определения.

По классическому определению Еврокомиссии концепция корпоративной социальной ответственности отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении жизни общества и защите окружающей среды [6, С. 17].

Авторы труда «Корпоративная социальная ответственность» Горфинкель В.Я. и Родионова Н.В. отмечают, что переход бизнеса к идеям КСО не всегда был добровольным. Так, крупный бизнес вынужден был брать на себя часть ответственности за решение нарастающих проблем в социально-трудовой сфере. В дальнейшем результаты различных исследований установили положительное влияние КСО на имидж компании, а также спрос на ее продукцию, рыночную стоимость, чем повысили интересы компаний к концепции корпоративной социальной ответственности [1, С. 26].

Федченко И. В. под термином корпоративная социальная ответственность подразумевает такую концепцию, согласно которой бизнес, помимо соблюдения законов и производства качественного продукта или услуги, добровольно принимает на себя дополнительные обязательства перед обществом и своими работниками следовать высоким стандартам поведения в соответствии с этическими нормами, инвестировать в устойчивое развитие общества в местах его оперирования. Применительно к крупному бизнесу это означает, что экономическая эффективность не может быть самоцелью. Бизнес должен одновременно способствовать гармоничному развитию общества в целом [7, С. 16].

Прокопов Ф.Т. и Троцкий Н.А. говорят о том, что традиционный взгляд на КСО представляет собой мнение, что это добровольный вклад бизнеса в развитие социальной и экологической сфер общества, который

зачастую не связан напрямую с основной деятельностью компании [5, С. 123].

Всемирный совет по устойчивому развитию определяет корпоративную социальную ответственность как приверженность бизнеса концепции устойчивого экономического развития в работе со своими сотрудниками, их семьями, местным населением, обществом в целом с целью улучшения качества их жизни [8, С. 6-7]. Иными словами, между корпоративной социальной ответственностью и устойчивым развитием проводится прямая связь, и КСО выглядит как одна из практик применения концепции устойчивого развития в первую очередь по отношению к окружению компании и обществу в целом.

Следует отметить, что в мировой практике существует 3 основные модели корпоративной социальной ответственности, которые формируются под воздействием национальной культуры и ее специфики [2, С. 26 - 29]:

1. Американская модель. Суть данной модели заключается в инициации направления КСО самими компаниями и предусматривает максимальную самостоятельность корпораций в определении своего общественного вклада. При этом, данная форма подразумевает законодательное поощрение социальных инвестиций в выгодные для общества сферы через соответствующие налоговые льготы.

2. Модель корпоративной социальной ответственности континентальной Европы в большей степени регулируется государством. В отличие от США европейские корпорации более склонны к ограничению своей ответственности перед стейкхолдерами. Европейская модель КСО не является открытой, как правило, те виды деятельности, которые традиционно рассматриваются в США как КСО регулируются нормами, стандартами и законами государства.

3. Британская модель сочетает элементы моделей США и континентальной Европы, при этом она характеризуется значительной степенью вовлеченности государства и гражданских институтов в процесс

согласования общественных интересов, а также продвижения и поощрения лучших практик. Общая черта с другими европейскими странами заключается в активной поддержке бизнеса со стороны государства.

При этом все модели КСО принято подразделять на три типа: уровневые, круговые и сферические. Представим их основные различия в таблице 1.

Таблица 1

Сравнительная характеристика основных типов моделей КСО [2, С. 22]

Показатель	Уровневые	Круговые	Сферические
Описание	Иерархическая ответственность	Ответственность изменяется по масштабам воздействия	Интеграция ответственности через центральный интерес
Регуляторы концепции	Нормативные акты	Нормативные акты на уровне региона	Нормативные акты на уровне страны
Направление	Узконаправленная	Расширение	Широкая
Масштабы ответственности	Уровень компании	Уровень рынка компании	Интеграция компании во внешнюю среду

Важно понимать, что за последние несколько десятилетий бизнесом проделан огромный путь по осознанию своей ответственности за сохранение окружающей среды, решение социально-экономических проблем, а также повышение качества жизни местных сообществ и ряд других вопросов, важность которых признается обществом.

Завьялова Е.Б. отмечает, что главным недостатком современного теоретического осмысления КСО является широта понимания термина «социальный». Это понятие настолько широко, что под него могут попасть совершенно разные адресные группы. На практике это ведет к тому, что

решение о выборе объекта для своих социальных программ бизнес принимает, основываясь на личных, политических или конъюнктурных соображениях, в результате чего программы становятся малоэффективными. Другой распространенной ошибкой, по мнению автора, является представление о том, что КСО – это или благотворительность, или деятельность, направленная на решение исключительно социальных проблем [3, С. 12].

Существует ряд принципов, которые определяют основу корпоративной социальной ответственности. Рассмотрим принципы КСО, представленные Григоряном Е.С. [2, С. 20-21].

1. Открытость характеризуется публичной деятельностью компании, предоставляющую понятную, доступную и только достоверную информацию, а также предполагающую обратную связь. Таким образом открытость заключается в следующем:

- публичность (любая информация о КСО, за исключением конфиденциальной, должна быть доступна общественности);
- транспарентность (принципы ведения социальной политики, социальные программы и механизмы их реализации должны быть четкими и понятными);
- достоверность (недопустимо сокрытие и фальсификация данных КСО);
- диалог (социальная политика строится на основе ведения диалога со всеми стейкхолдерами, обязательно наличие обратной связи с адресатами социальных программ).

2. Системность характеризуется направленностью социальных программ в необходимые области последовательно и регулярно:

- направленность (наличие приоритетных направлений реализации социальных программ);

- последовательность (ответственность за текущую и прошлую деятельность, а также за будущее влияние деятельности компании на внешний мир);

- единство в пространстве (универсальные принципы КСО для всех региональных подразделений компании);

- интегрированность (проникновение принципов КСО во все бизнес-процессы и процесс принятия решений на всех иерархических уровнях).

3. Значимость корпоративной социальной ответственности проявляется в следующем:

- актуальность (реализуемые программы КСО должны быть своевременны и востребованы);

- масштабность (программы КСО должны охватывать значительную аудиторию и быть заметны для общества в целом);

- эффективность (затраченные на реализацию программ средства должны ощутимо помогать в решении проблем, при этом результаты программ подлежат регулярной оценке и учету).

4. Недопущение конфликтов подразумевает соблюдение компанией субординации относительно религии, политики, спортивных и музыкальных течений. Данный принцип предполагает:

- политическую неангажированность (неучастие в предвыборных гонках, в поддержке политических партий или отдельных политических деятелей);

- дистанцирование от церкви (отказ от поддержки духовенства, церкви, отдельных конфессий или религиозных течений);

- отказ от поддержки националистических движений;

- отказ от поддержки фан-клубов, в том числе спортивных, музыкальных или иных молодежных течений, противопоставляющих себя остальным.

Можно сделать вывод о том, что, следуя указанным выше принципам корпоративной социальной ответственности, компания увеличивает свои

возможности достичь стабильного положения на рынке за счет реализации мероприятий, которые помогают выстроить доверительные отношения с потенциальными клиентами или партнерами, а кроме того, сформировать лояльное отношение работников компании и повышение вовлеченности сотрудников в рабочие процессы организации.

Таким образом, рассмотренные в данной статье краткая характеристика корпоративной социальной ответственности, а также ее различные модели и принципы позволяют сформулировать определение термина.

В общем виде, под корпоративной социальной ответственностью понимается деятельность организаций, направленная на улучшение экологической, социальной, экономической и других сфер жизни общества, посредством реализации мероприятий на основе постоянного взаимодействия со стейкхолдерами, а также проявляющаяся в стремлении компании проявлять свою активность в мировой концепции устойчивого развития.

Важно понимать, что роль корпоративной социальной ответственности в настоящее время проявляется в стремлении организаций создать высокий уровень конкурентоспособности. При этом, Касьянова Ю.С., Епина В.С отмечают, что «сама система корпоративной социальной ответственности должна органично вписываться в общую систему управления предприятием, но в то же время, быть главной составляющей системы управления персоналом любого предприятия» [4, С. 51].

Использованные источники:

1. Горфинкель В.Я., Родтонова Н.В. Корпоративная социальная ответственность [Текст]: учебник и практикум для академического бакалавриата / В.Я. Горфинкель (и др.); отв. ред. В.Я. Горфинкель, Н.В. Родионова. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 438 с.

2. Григорян Е. С. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс]: - учебник для бакалавров / Е.С. Григорян, И.А.

Юрасов. – 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «ДашковиК», 2019. – 248 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=358151> (дата обращения: 05.10.2021).

3. Завьялова Е.Б. Корпоративная социальная ответственность [Текст]: учебник для бакалавриата и магистратуры / Е.Б. Завьялова, Н.В. Студеникин. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 125 с.

4. Касьянова Ю.С., Епина В.С. Роль корпоративной социальной ответственности в системе управления современным предприятием [Электронный ресурс]: // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2020. - № 1 (43). – С. 47 – 51. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-v-sisteme-upravleniya-sovremennym-predpriyatiem/viewer> (дата обращения: 03.10.2021)

5. Прокопов Ф.Т., Троцкий Н.А. Роль некоммерческого сектора в становлении корпоративной социальной ответственности как эффективного инструмента взаимодействия бизнеса и власти [Электронный ресурс]: // «Бизнес. Общество. Власть». – 2019. - № 2 (32). – С. 122 – 137. – Режим доступа: www.hse.ru (дата обращения: 04.10.2021).

6. Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности [Текст]: учебник для бакалавров / Г.Л. Тульчинский. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 338 с.

7. Федченко И.В. Корпоративная социальная ответственность [Текст]: учеб. пособие/ сост. И. В. Федченко: Сиб. гос. ун-т.науки и технологий - Красноярск, 2017. – 107 с.

8. Чернов Е. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс] // Информационный бюллетень Det Norske Veritas. 2003. № 4 (8). С. 6 – 7. Режим доступа: <https://www.detnorskeveritas.com/> (дата обращения: 04.10.2021)