

УДК 330.34

Корпоративная социальная ответственность как фактор устойчивого развития фирмы

А.И. Волошин^{1а}, Е.В. Романюк^{1b}, Е.В. Трусевич^{2с}

¹Институт экономики и управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского, пр. Вернадского 4, Симферополь, Республика Крым, Россия

²Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия

^аalexvl77@mail.ru, ^бrommania@rambler.ru, ^сjoint@brstu.ru

Статья поступила 20.04.2019 принята 24.05.2019

Авторы статьи исследуют вопросы формирования корпоративной социальной ответственности, проводят анализ и описывают характеристики основных моделей социальной корпоративной ответственности фирмы. Уточняется понятие «корпоративная социальная ответственность фирмы», рассмотрены основные концепции, раскрывающие его сущность и содержание. Рейтинг крупных фирм, лидирующих в области корпоративной социальной ответственности, подтверждает возросшую заинтересованность бизнеса в развитии собственных социальных программ. Проанализировав причины низкой корпоративной социальной ответственности российских фирм, авторы разработали рекомендации, направленные на повышения активности бизнеса в рамках реализации программ корпоративной социальной ответственности.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность; характеристики основных моделей социальной корпоративной ответственности; устойчивое развитие; стейкхолдеры; рейтинг уровня корпоративной социальной ответственности.

Corporate social responsibility as a firm sustainability factor

A.I. Voloshin^{1а}, E.V. Romanyuk^{1b}, E.V. Trusevich^{2с}

¹Institute of Economics and Management of the Crimean Federal University; 4, Vernadsky Pros., Simferopol, Republic of Crimea, Russia

²Bratsk State University; 40, Makarenko St., Bratsk, Russia

^аalexvl77@mail.ru, ^бrommania@rambler.ru, ^сjoint@brstu.ru

Received 20.04.2019, accepted 24.05.2019

In this article, the authors investigate the formation of corporate social responsibility of the company; analyze and describe the characteristics of the main models of corporate social responsibility of the company; clarify the concept of "corporate social responsibility"; explore the basic concepts that reveal the essence and content of corporate social responsibility of the business. The rating of large firms leading in the field of corporate social responsibility confirms the increased interest of businesses in the development of their own social programs. After analyzing the reasons for the low corporate social responsibility of Russian firms, the authors developed recommendations aimed at increasing business activity in the framework of corporate social responsibility programs.

Keywords: corporate social responsibility; characteristics of the main models of social corporate responsibility; sustainable development; stakeholders; rating of the level of corporate social responsibility.

Корпоративная социальная ответственность является одной из составляющих стратегического планирования многих ведущих российских фирм. Проявляя социальную ответственность в рамках деятельности фирмы, руководство отвечает за соблюдение не только своих интересов, но и интересов общества, стейкхолдеров, заказчиков, поставщиков, сотрудников, местных сообществ и прочих субъектов. Корпоративная социальная

ответственность предусматривает, что фирма на добровольных основах берет на себя ряд социальных затрат, которые направлены на повышение качества жизни своих работников, а также их семей, местного сообщества и граждан страны в целом. Сегодня руководство многих компаний четко осознает, что успешный бизнес не может функционировать и перспективно развиваться изолированно от развития и улучшения жизни общест-

ва, стремясь к достижению своих индивидуальных потребностей и интересов с целью максимизации прибыли. Поэтому интеграция социальной ответственности в стратегию развития бизнеса становится характерной чертой многих лидирующих зарубежных и российских компаний, что обуславливает актуальность исследования корпоративной социальной ответственности как одного из главных факторов устойчивого развития [1].

Вопросами корпоративной социальной ответственности занимались многие ученые-экономисты, среди которых выделяются С.Г. Лагутин, А.А. Рабцевич, Г.Ф. Галяутдинова, Н.Н. Соколова, В.А. Макеев, Е.В. Матвеева [2–6] и др.

С.Г. Лагутин исследовал проблемы корпоративной социальной ответственности в коммерческой организации, а также провел анализ практики зарубежного опыта [2, с. 67–71].

А.А. Рабцевич и Г.Ф. Галяутдинова в своих работах показали важные преимущества, получаемые при внедрении системы корпоративной социальной ответственности на предприятиях банковской сферы [3, с. 188–190].

Н.Н. Соколова провела анализ корпоративной социальной ответственности крупных организаций и составила рейтинг, проранжировав их по уровню социальной ответственности [4, с. 152–160].

В публикациях В.А. Макеева приведены результаты исследования взаимосвязи между корпоративной культурой и корпоративной социальной ответственностью, а также определено их влияние на эффективность управления организациями [5, с. 71–77].

Е.В. Матвеевой рассмотрены функции корпоративной социальной ответственности в отношении удовлетворения социально-экономических потребностей общества, показана зависимость формы и содержания корпоративной социальной отчетности от размеров бизнеса [6, с. 217–230].

Однако, несмотря на достаточно подробное изучение названных выше тем, отдельные вопросы исследованы недостаточно, в том числе модели корпоративной социальной ответственности в различных странах и причины, препятствующие ее развитию. Авторы данной работы вносят свой вклад в исследование корпоративной социальной ответственности фирмы и предлагают рекомендации по ее повышению, что определило цель предлагаемой публикации.

Согласно поставленной цели решались следующие задачи:

- исследование концепции социальной корпоративной ответственности бизнеса;

- систематизация и обобщение моделей социальной корпоративной ответственности фирмы;

- уточнение определения «корпоративная социальная ответственность фирмы»;

- проведение анализа причин низкой корпоративной социальной ответственности российских фирм;

- разработка рекомендаций, направленных на повышение активности бизнеса в рамках корпоративной социальной ответственности.

Для того, чтобы достичь поставленную цель, в работе использованы следующие методы исследования: систематизация и обобщение, метод сравнения (при исследовании основных концепций социальной корпоративной ответственности); системный подход (при разработке рекомендаций по повышению корпоративной социальной ответственности); метод научной обоснованности (при уточнении определения «корпоративная социальная ответственность фирмы»); анализ (при выделении причин низкой корпоративной социальной ответственности российских фирм); обобщение и систематизация (при исследовании моделей социальной корпоративной ответственности фирмы).

На сегодня используется определение социальной ответственности, содержащееся в международном стандарте ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности». Согласно рекомендациям стандарта, под социальной ответственностью понимается ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этичное поведение, которое содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества, учитывает ожидания заинтересованных сторон, соответствует применяемому законодательству, согласуется с международными нормами поведения, а также интегрировано в деятельность всей организации и применяется в ее взаимоотношениях [7].

Корпоративную социальную ответственность рассматривают как реализацию интересов компании посредством обеспечения социального развития ее коллектива и активного участия компании в развитии общества [8, с. 13].

На наш взгляд, корпоративная социальная ответственность фирмы представляет собой реализацию мероприятий и направлений развития фирмы, разработанных в социальных программах и прочих документах в соответствии с международными стандартами и стратегией развития фирмы, которые ориентированы на социальное развитие работников, улучшение качества их

жизни и жизни их семей, а также достижение интересов работодателей (собственников) фирмы.

На формирование корпоративной социальной ответственности и ее моделей существенно повлияли три сформировавшиеся исторические интерпретации сущности самой концепции социальной ответственности бизнеса. Первая концепция разработана М. Фридманом в 1971 г. и получила название «теория корпоративного эгоизма». М. Фридман считал, что бизнес ответственен перед обществом в обеспечении роста прибыли для своих акционеров. Вторая теория – корпоративного альтруизма – предложена Комитетом по экономическому развитию США и предусматри-

вает ответственность компаний за улучшение качества жизни граждан. Третья концепция – разумного эгоизма – ориентирована на создание фирмой благоприятной социальной среды для своего будущего при реализации социальных программ.

Далее рассмотрим основные модели корпоративной социальной ответственности фирмы. На основании систематизации и обобщения информации в табл. 1 описаны следующие модели: американская, европейская, африканская, японская (азиатская), латиноамериканская, российская и модель социальной ответственности бизнеса стран с переходной экономикой [8, с. 316].

Таблица 1

Характеристика основных моделей корпоративной социальной ответственности фирмы

Виды моделей корпоративной социальной ответственности	Характеристика моделей социальной ответственности фирмы
Американская	Решения по социальной ответственности в основном принимают акционеры и инвесторы. Со стороны государственных органов управления для компаний, применяющих корпоративную социальную ответственность бизнеса, вводится специальный благоприятный налогово-экономический режим
Европейская	Взаимодействие с многими стейкхолдерами, от местных сообществ до социально значимых организаций. Отношения, возникающие между руководством фирмы и стейкхолдерами, регулируются нормативно-законодательными актами и являются обязательными. Данная модель помогает выявить конфликтные ситуации, позволяет определить эффективные направления деятельности фирмы
Африканская	Предоставление финансовой поддержки и помощи фирмам в реализации проектов по борьбе с бедностью, на программы профессионального образования и подготовки работников, а также на оказание помощи местным организациям. Законодательно зафиксирована норма об оказании денежной помощи транснациональным корпорациям, находящимся на территории африканских государств
Японская (азиатская)	Активная роль принадлежит государству и традициям. Работники лояльно относятся к фирме в течение всей жизни, так как существует институт «пожизненной» работы. Вопросы и проблемы японской модели корпоративной социальной ответственности обсуждаются открыто для формирования в дальнейшем стратегии устойчивого развития бизнеса
Латиноамериканская	Укрепление корпоративного управления, защита окружающей среды и социальная защита работников. Общество хорошо осведомлено о социальной корпоративной ответственности при высокой активности средств массовой информации
Модель социальной ответственности бизнеса в странах с переходной экономикой	Сильное воздействие международных институтов на развитие концепции корпоративной социальной ответственности при незначительной роли общественных и экспертных организаций, средств массовой информации в разработке социальной ответственности
Российская	Формируется на основании государственно-частного партнерства, при участии правительства и Ассоциации менеджеров. Руководители фирм заинтересованы не только в получении максимальной прибыли и сокращении издержек, но и в выделении достаточного количества экономических ресурсов с целью лояльного отношения работников и формирования деловых отношений с государственными органами управления

Источники: [6, с. 218; 8, с. 316]

Перейдем к рассмотрению характеристики основных моделей социальной корпоративной ответственности бизнеса. Особенность американской модели заключается в том, что решения по социальной ответственности в основном принимают акционеры и инвесторы. Со стороны государственных органов управления для компаний, которые применяют корпоративную социальную ответственность, вводится специальный благоприятный налогово-экономический режим, который, в частности, направлен на отмену санкций и штрафов.

Американские фирмы в своей деятельности самостоятельно стремятся к развитию социальной ответственности, при этом элементы социальной корпоративной ответственности включают в различные контракты с подрядчиками, партнерами, поставщиками, разрабатывают кодексы этического поведения. Мероприятия по корпоративной ответственности бизнеса фирмы осуществляют с помощью корпоративных и благотворительных фондов.

В основе европейской модели лежит взаимодействие со многими стейкхолдерами, от местных сообществ до социально значимых организаций, например, экологических, правозащитных, потребительских. Отношения, возникающие между руководством фирмы и стейкхолдерами, регулируются нормативно-законодательными актами и являются обязательными. Данная модель помогает выявить конфликтные ситуации между субъектами социальной ответственности, позволяет определить перспективные и эффективные направления деятельности фирмы. Мероприятия в рамках корпоративной социальной ответственности регулируются законодательно и носят обязательный характер, в связи с чем уровень социальной активности европейских фирм выше, чем американских.

Что касается японской (азиатской) модели, то можно отметить, что активная роль принадлежит государству и традициям. Работники лояльно относятся к фирме в течение всей жизни, так как существует институт «пожизненной» работы.

Вопросы и проблемы японской модели корпоративной социальной ответственности открыто обсуждаются для формирования в дальнейшем стратегии устойчивого развития бизнеса.

При формировании африканской модели корпоративной социальной ответственности главное заключается в предоставлении финансовой поддержки и помощи фирмам на реализацию проектов по борьбе с бедностью, на программы профессионального образования и профессиональной подготовки и переподготовки работни-

ков, а также на оказание помощи местным организациям. Кроме этого, в африканских странах законодательно зафиксирована норма об оказании денежной помощи транснациональным корпорациям, которые находятся на их территории.

Характерными особенностями латиноамериканской модели корпоративной социальной ответственности являются укрепление корпоративного управления, защита окружающей среды и социальная защита работников. Общество хорошо осведомлено о социальной корпоративной ответственности при высокой активности средств массовой информации.

Относительно модели социальной ответственности бизнеса в странах с переходной экономикой можно отметить сильное воздействие международных институтов в развитии концепции корпоративной социальной ответственности при незначительной роли общественных и экспертных организаций и средств массовой информации в разработке социальной ответственности.

Обратим внимание, что российская модель корпоративной социальной ответственности формируется на основании государственно-частного партнерства, при участии правительства и Ассоциации менеджеров. Руководители фирм заинтересованы не только в получении максимальной прибыли и сокращении издержек, но и в обеспечении своего бизнеса достаточным количеством экономических ресурсов с целью лояльного отношения работников и формирования деловых отношений с государственными органами управления.

Сегодня основными субъектами, принимающими участие в программах корпоративной социальной ответственности бизнеса, являются крупные фирмы нефтегазовой, энергетической, химической, металлургической и финансовой отраслей, среди которых можно выделить «Северсталь», «Газпром нефть», «Металлоинвест», «Сахалин Энерджи». Для привлечения руководителей к участию в проектах и программах корпоративной социальной ответственности работают две крупные организации — Ассоциация менеджеров и Социальная хартия российского бизнеса. Они проводят конкурс «Лидеры корпоративной благотворительности», который позволяет специалистам в данной области провести оценку вовлеченности фирм в социально-корпоративную благотворительность. В 2015 г. Агентством политических и экономических коммуникаций опубликован рейтинг корпоративной социальной ответственности ведущих российских компаний. В табл. 2 представлена десятка лидеров по уровню корпоративной социальной ответственности бизнеса.

Рейтинг уровня корпоративной социальной ответственности российских фирм в 2015 г.

Фирма	Средний балл	Место в рейтинге
«Газпром»	9,67	1
«Алроса»	9,40	2
«Лукойл»	9,33	3
«Транснефть»	9,15	4
«Северсталь»	9,0	5
«Металлоинвест»	8,56	6
«Согаз»	8,50	7
ВТБ	8,45	8
«Ростех»	8,40	9
«НоваТЭК»	8,33	10

Источник: [9]

Лидером рейтинга является «Газпром», сосредоточивший свои возможности на направлениях, связанных со здоровым образом жизни и спортом. В рамках реализации программы корпоративной социальной ответственности «Газпром — детям» в Выборге построен стадион, в Брянской области — многофункциональная спортивная площадка. Среди лидеров рейтинга можно отметить и достижения компании «Алроса», построившей в Якутии реабилитационный центр для детей-инвалидов [9].

Обратим внимание на то, что основными направлениями Программы корпоративной социальной ответственности «Лидеры корпоративной благотворительности» в 2015 г. стали сфера образования и просвещения (58 фирм, что составило 90 % от всех социальных программ), помощь слабо защищенным гражданам (54 фирмы), а также развитие местных сообществ (48 фирм). Кроме этого, 40 фирм занимаются социальными проектами по экологическим вопросам [9].

Следует отметить, что на данном этапе в России существует ряд причин, способствующих снижению уровня корпоративной социальной ответственности. Многие мероприятия в рамках социальных программ направлены на повышение лояльности работников фирмы, их поддержку и стимулирование. В то же время при разработке мероприятий по корпоративной социальной ответственности не уделяется достаточного внимания социальным программам, ориентированным на решение экологических проблем в стране. Руководство многих фирм считает рациональным платить штрафы за загрязнение окружающей среды, а не применять современные высокотехнологичные очистные технологии [3, с. 189]. Одна из

важных причин снижения корпоративной социальной ответственности заключается в нестабильности институциональной среды, кроме того, граждане и руководители фирм по-разному воспринимают и понимают социальную ответственность бизнеса [6, с. 217].

Остается значительной роль государства и органов управления в процессе реализации программ корпоративной социальной ответственности. В настоящее время российские фирмы часто сталкиваются с давлением со стороны государственных и местных органов управления. Многими представителями бизнеса этот факт воспринимается как некий балласт, в связи с чем они стремятся сократить расходы на реализацию мероприятий социальной корпоративной ответственности.

С целью повышения активности бизнеса в рамках корпоративной социальной ответственности можно предложить следующие рекомендации:

- органами власти и управления должна постоянно проводиться целенаправленная и четко организованная работа с представителями и руководителями фирм по повышению мотивационной составляющей корпоративной социальной ответственности бизнеса. Данную работу следует осуществлять не только с крупными, но и со средними и малыми фирмами. Предприниматели должны знать свои права, обязанности, экономические выгоды и социальные преимущества, которые возникают при реализации программных мероприятий корпоративной социальной ответственности бизнеса;

- государственным органам власти и управления следует разработать российскую модель корпоративной социальной ответственности бизнеса, включающую систему критериев оценки реализа-

ции мероприятий социальной ответственности, которые должны базироваться на сформировавшейся ситуации в стране, с учетом сложившихся традиций и общественной морали, что позволит разрешить многие конфликтные ситуации, возникающие между руководителями фирм и органами власти, а также будет способствовать развитию социальной ответственности;

– государственным органам власти и управления целесообразно разработать формы отчетности по реализации программ корпоративной социальной ответственности бизнеса, а также нормативные акты, регламентирующие систему наказаний работодателей, допускающих дискриминацию прав работников и нарушения экологического характера.

Таким образом, в работе были рассмотрены три концепции социальной корпоративной ответственности – теории «корпоративного эгоизма», «корпоративного альтруизма» и «разумного эгоизма», которые позволяют раскрыть сущность и подходы к формированию социальной корпоративной ответственности фирмы. Проанализированы модели социальной корпоративной ответственности в различных государствах, которые имеют свои отличительные черты и характеристики, связанные с историческим периодом, национальными особенностями, культурой и традициями, а также политическим, социальным и экономическим развитием. Названы причины, негативно влияющие на развитие социальной корпоративной ответственности бизнеса и препятствующие его развитию, с которыми часто сталкиваются российские фирмы. Предложенные авторами рекомендации позволят повысить уровень социальной корпоративной ответственности и могут быть использованы специалистами при

разработке целевых программ и проектов развития бизнеса в России.

Литература

1. Гончарова Н.А., Трусевич Е.В., Огнев Д.В. Организационная технология эффективного комплексного управленческого консультирования // Вестн. Иркут. гос. техн. ун-та. 2014. № 6 (89). С. 199-204.
2. Лагутин С.Г. Корпоративная социальная ответственность в коммерческой организации // Науч. Вестн. Волгогр. акад. гос. службы. Сер. Экономика. 2014. № 1 (11). С. 67-71.
3. Рабцевич А.А., Галяутдинова Г.Ф. Корпоративная социальная ответственность в денежно-кредитных организациях // Новая экономика и региональная наука. 2016. № 3 (6). С. 188-190.
4. Соколова Н.Н. Корпоративная социальная ответственность как фактор результативности управления организацией // Образование и науки без границ: фундаментальные и прикладные исследования. 2017. № 6. С. 152-160.
5. Макеев В.А. Корпоративная культура и социальная ответственность в управлении организацией // Вестн. Воен. ун-та. 2009. № 3 (19). С. 71-77.
6. Матвеева Е.В. Институт корпоративной социальной ответственности организаций как механизм удовлетворения социально-экономических потребностей общества // Вестн. Том. гос. ун-та. Экономика. 2018. № 42. С. 217-230.
7. Руководство по социальной ответственности ISO 26000 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gostinfo.ru/catalog/Details/?id=5303190> (дата обращения: 19.04.2019).
8. Романюк Е.В., Бека А.А. Корпоративная социальная ответственность в российских организациях // Менеджмент предпринимательской деятельности: материалы междунар. науч.-практической конф. Симферополь, 2018. С. 316-319.
9. Рейтинг социальной ответственности российских компаний в 2015 году [Электронный ресурс] // Сайт АПЭК. URL: http://www.apecom.ru/articles/?ELEMENT_ID=2152 (дата обращения: 21.04.2019).