

УДК 338.2

Т.С. Колмыкова, И.В. Лобанов, У.Р. Сергеева

Юго-Западный государственный университет, Курск, email: kgtu_fk@list.ru

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В СОВРЕМЕННОМ КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА

Ключевые слова: развитие форм предпринимательства, социальное предпринимательство, корпоративная социальная ответственность, бизнес-среда.

Актуальность исследования определяется тем фактом, что процесс развития современного общества протекает в условиях кардинального форматирования миропорядка, обострения социальных-экономических, трансграничных, экологических, этических проблем в мировом масштабе. Бизнес-среда, как неразрывно связанная с обществом и функционирующая в нем, все больше вовлекается в данную проблематику. Компании вынуждены включаться в обострившуюся конкурентную борьбу за ресурсы, источники их получения, рынки сбыта и прочее. Все это актуализирует идею корпоративной социальной ответственности бизнеса перед обществом. Опираясь на аналитические данные доказано, что число социально ответственных российских компаний растет. Исследован опыт российского бизнеса, который показывает, что концепт социальной ответственности в корпоративную культуру внедряют наиболее крупные компании, зачастую малый и средний бизнес не располагает необходимыми ресурсами для культивирования в своей корпоративной среде политики в области социальной ответственности. Отмечается важная роль государства в развитии института социальной ответственности бизнеса и повышения корпоративной ответственности российских компаний.

T.S. Kolmykova, I.V. Lobanov, U.R. Sergeeva

Southwest State University, Kursk, email: kgtu_fk@list.ru

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE MODERN CONTEXT OF RUSSIAN BUSINESS DEVELOPMENT

Keywords: development of forms of entrepreneurship, social entrepreneurship, corporate social responsibility, business environment.

The relevance of the study is determined by the fact that the process of development of modern society takes place in the conditions of a cardinal formatting of the world order, exacerbation of social, economic, cross-border, environmental, and ethical problems on a global scale. The business environment, as inextricably linked with society and functioning in it, is increasingly involved in this issue. Companies are forced to join in the intensified competition for resources, sources of their receipt, markets, and so on. All this actualizes the idea of corporate social responsibility of business to society. Based on analytical data, it is proved that the number of socially responsible Russian companies is growing. The experience of Russian business has been studied, which shows that the concept of social responsibility is introduced into corporate culture by the largest companies, often small and medium-sized businesses do not have the necessary resources to cultivate social responsibility policies in their corporate environment. The important role of the state in the development of the institution of social responsibility of business and increasing the corporate responsibility of Russian companies is noted.

Актуальность исследования обусловлена тем фактом, что процесс развития современного общества протекает в условиях кардинального форматирования миропорядка, обострения социальных-экономических, трансграничных, экологических, этических проблем в мировом масштабе. Бизнес-среда, как неразрывно связанная с обществом и функционирующая в нем, все больше вовлекается в данную проблематику. Компании вынуждены включаться в обострившуюся

конкурентную борьбу за ресурсы, источники их получения, рынки сбыта и прочее. Все это актуализирует идею корпоративной социальной ответственности бизнеса перед обществом.

Успешное развитие бизнеса невозможно без учета интересов не только его собственников и менеджмента, но и общества в целом. Поскольку организация является открытой системой и функционирует в обществе, встает вопрос об ее ответственности перед ним. Поэтому

все большее распространение получает концепция корпоративной ответственности, реализуя которую собственники и менеджмент компании осознают, что успешное и устойчивое развитие бизнеса во многом зависит от социального благосостояния общества. Данная концепция позволяет организации повысить ее деловую активность, укрепить свой имидж не только как производителя, но и как работодателя, привлекая талантливые кадры, а также сформировать лояльное отношение потребителей.

Цель исследования заключается в изучении современных особенностей применения концепта социальной ответственности в корпоративной культуре российского бизнеса.

Материал и методы исследования

Методология исследования включает обзор научной литературы по теме корпоративной социальной ответственности, визуальное представление материала, а также исследование направлений политики применения концепции корпоративной социальной ответственности российскими компаниями. Исследовано содержание концепции корпоративной социальной ответственности и ее влияние на эффективное долгосрочное развитие компании. Обосновано, что идея социальной ответственности нашла отклик и развивается в российской бизнес-среде. Российские компании прошли путь от реализации единичных благотворительных мероприятий до формирования полноценной политики в области социальной ответственности, интегрируемой в систему корпоративного менеджмента. В настоящее время увеличивается число компаний, которые реализуют программы корпоративной социальной ответственности, публикуют свои социальные отчеты, а наиболее крупные компании внедряют специализированные отделы для формирования и реализации политики в данном направлении.

Результаты исследования и их обсуждение

Потребность бизнеса в ведении устойчивой и эффективной деятельности выражается в его стратегии долгосрочного развития. Однако в условиях усиления конкуренции важным стано-

вится обеспечение компанией своих социальных обязательств. Именно поэтому все чаще компании включают в стратегии своего развития концепцию корпоративной социальной ответственности. Данный шаг, по мнению специалистов, позволяет повысить деловую активность фирмы за счет выстраивания позитивного имиджа добросовестного производителя, а также привлечь высококвалифицированные талантливые кадры [1, 2, 11]. Важно, чтобы данное направление стратегии развития компании основывалось на этических нормах, с проявлением уважения к обществу и окружающей среде.

Совершенствование данной концепции и использование ее на практике стало глобальной тенденцией последних десятилетий. Это во многом связано с историей развития корпоративной социальной ответственности (КСО), поскольку ее зарождение напрямую связано с концепцией гражданского общества и повышением требований к бизнес-среде. Проблематика социальной ответственности бизнеса получила актуальное звучание благодаря деятельности общественных групп и активной работе профсоюзных организаций в начале XX века, начавших выдвигать повышенные требования к бизнесу, ратовавших за отказ от покупки товаров и услуг недобросовестных производителей, а также за ужесточение экологического и трудового законодательства. К началу XXI века в США и странах Западной Европы сложилась полноценная концепция КСО [5].

Развитие социальной ответственности бизнеса в России пришлось на 2000-е гг. По информации Российского союза промышленников и предпринимателей в 2005 году число компаний, отразивших в отчетности социальную направленность, составило 20. В их числе «Газпром», «Лукойл», «Норильский никель», «Сибнефть», «Русал» и прочие [5, 8]. В настоящее время число социально ответственных российских компаний растет. Опыт российского бизнеса показывает, что КСО внедряют наиболее крупные компании, зачастую малый и средний бизнес не располагает необходимыми ресурсами для построения в своей корпоративной среде политики в области социальной ответственности [13].

Необходимо отметить, что тема корпоративной социальной ответственности и ее влияние, как на бизнес-среду, так и национальную экономику актуальна среди научного сообщества. Важность развития и повышения корпоративной ответственности российских компаний в настоящее время поднимается и на государственном уровне, разрабатывается соответствующая законодательная база. В целях поддержки субъектов малого и среднего бизнеса внесены дополнения в законодательство, закрепившие понятия «социальное предпринимательство» и «социальное предприятие». Теперь малый и средний бизнес может рассчитывать на дополнительные меры государственной поддержки, имея статус социального предприятия [18].

Несмотря на популярность концепции КСО и обширное изучение данной темы в научных исследованиях, ее понятие трактуется неоднозначно. Стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» трактует социальную ответственность как «ответственность организаций за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение» [14]. Такое поведение должно способствовать, прежде всего, росту благосостояния общества. Также социальная ответственность согласовывается с этическими нормами поведения и не противоречит действующему законодательству.

Понятие социальной ответственности является комплексным. В связи с ростом сложности бизнес-процессов, а также появлением новых форматов бизнес-моделей, обусловленных распространением цифровых сервисов и технологий [10, 11, 12], реализация концепции КСО совершенствуется и логично встраивается в общую канву стратегии развития компании.

По мнению исследователей, подходы к содержанию концепции КСО сходятся в следующем:

- первоочередной задачей внедрения КСО в стратегию развития компании выступает реализация принципов устойчивого развития и стремление к росту благосостояния общества;

- при разработке КСО компании необходимо учитывать интересы каждой стороны, с которой она так или иначе взаимодействует;

- важно не просто закрепить принципы КСО в стратегии компании, а также поступательно им следовать [9].

Внедрение и реализация концепции корпоративной социальной ответственности связано с определенными трудностями. Прежде всего, перед компанией возникает необходимость в объединении и систематизации разрозненных элементов взаимодействия с внешней средой и обществом в комплексный и эффективный подход.

Преимущества и проблемы внедрения КСО могут быть систематизированы следующим образом (рис. 1).

Для обеспечения устойчивого развития компании необходимо учитывать интересы заинтересованных сторон – стейкхолдеров, модель взаимодействия с которыми представлена на рисунке 2.

Следует отметить разнообразие векторов взаимодействия заинтересованных сторон. Прежде всего, это взаимоотношения, складывающиеся между участниками организационно-экономических отношений в рамках одной компании. Также выделяют конкурентные и функциональные связи, вытекающие из соподчиненности элементов и систем [3, 7].

Специалисты выделяют несколько стадий внедрения в политику компании компонентов стратегии социальной ответственности (рис. 3).

Концепция социальной ответственности бизнеса эволюционирует. Изначально компании рассматривали реализацию своих социальных обязанностей, как частную инициативу, которая проявлялась в разовых благотворительных акциях и социальной помощи. В дальнейшем корпоративная социальная ответственность для компаний преобразовалась в элемент стратегического менеджмента, позволяющий управлять рисками. В настоящее время данная концепция рассматривается как корпоративная ценность и часть культуры компании.

Многие российские компании прошли путь от реализации единич-

ных социальных мероприятий до формирования полноценной политики в области социальной ответственности, интегрируемой в систему корпоративного менеджмента [16, 17].

В настоящее время увеличиваются объемы средств, выделяемые компаниями

на программы корпоративной социальной ответственности, множество организаций публикуют свои социальные отчеты, а наиболее крупные компании внедряют специализированные отделы для формирования и реализации политики в данном направлении.

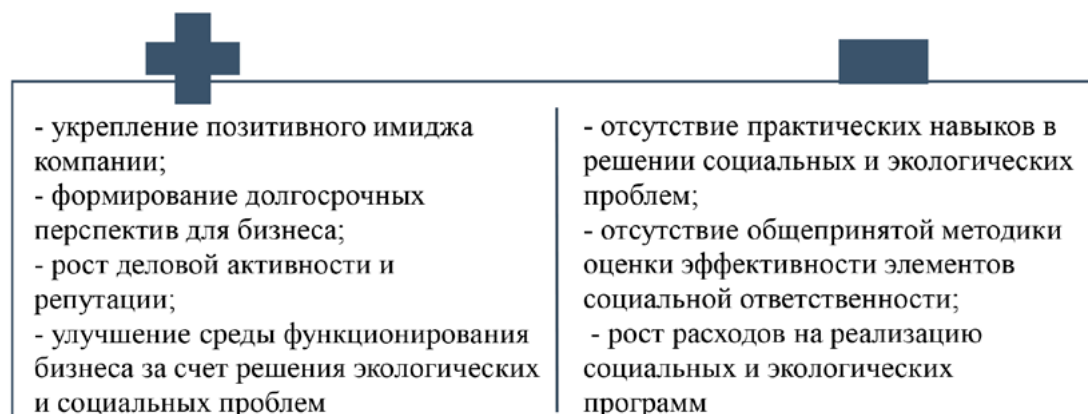


Рис. 1. Преимущества и недостатки интеграции концепции КСО в стратегию развития компании

Источник: составлено авторами по материалам [2, 6, 9]

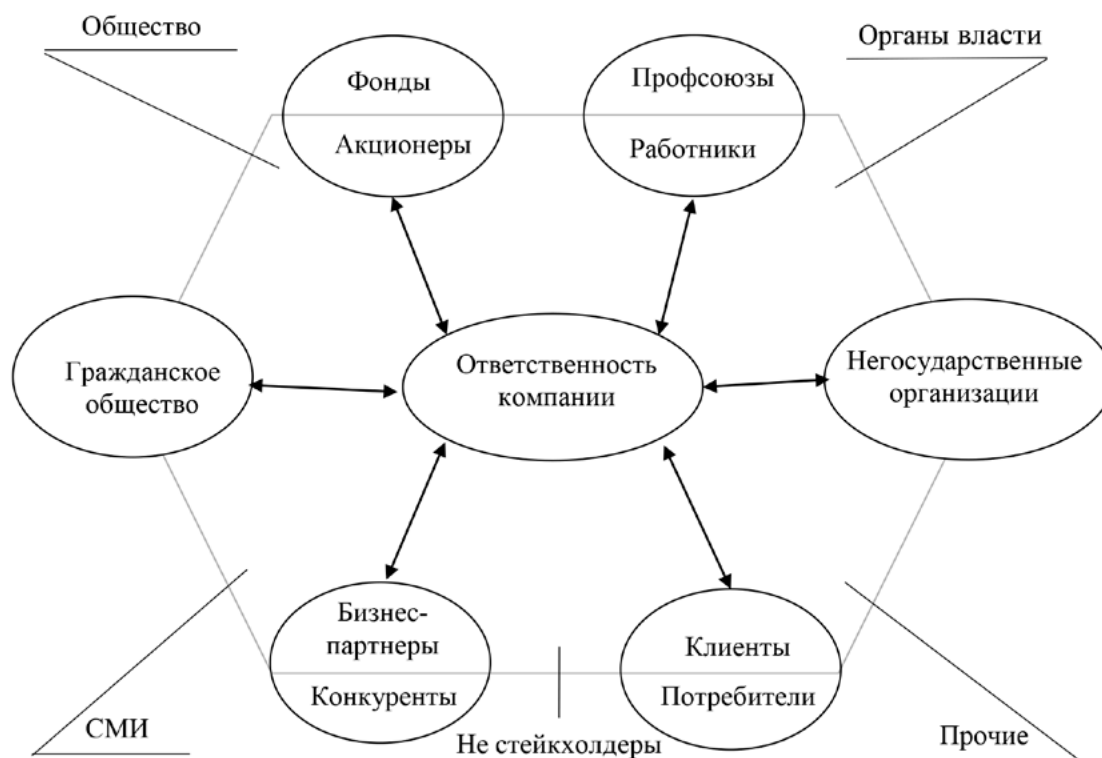


Рис. 2. Взаимодействие со стейкхолдерами в рамках реализации концепции КСО

Источник: составлено авторами по материалам [1]



Рис. 3. Эволюция внедрения в деятельность компании концепции КСО

Источник: составлено авторами по материалам [7, 15, 19]

Группа А
(значение 0,75 и выше)

- АЛРОСА, АФК «Система», Газпром, Интер РАО, ЛУКОЙЛ, Металлоинвест, ММК, НЛМК, Норильский никель, Полиметалл, РЖД, Роснефть, Россети, Ростелеком, РусГидро, Северсталь, СИБУР, СУЭК, Татнефть, Уралкалий, ФосАгро

Группа В
(значение 0,55-0,75)

- ВымпелКом, КАМАЗ, ЛСР, Московская Биржа, МТС, НОВАТЭК, ОМК, Полюс, Росатом, Сахалин Энерджи, Транснефть, ФСК ЕЭС, X5 Retail Group, Аэрофлот, ВТБ, Газпромбанк, ЕВРАЗ, ЕвроХим, Леруа Мерлен, Магнит, Московский кредитный банк, Петропавловск, Почта России, РУСАЛ, Сбербанк, ТМК, Филип Моррис

Группа С (значение 0,45-0,55)

- ВЭБ.РФ, Детский мир, Русагро, Сургутнефтегаз

Рис. 4. Компании – лидеры индекса «Ответственность и открытость» за 2021 год

Источник: составлено авторами по материалам [8]

Формирование эффективной бизнес-стратегии, позволяющей четко определить перспективы развития компании, предвидеть риски, а также минимизировать их последствия, возможно посредством поэтапного внедрения политики корпоративной социальной ответственности. Однако данный процесс должен базироваться на определенных принципах. Прежде всего, проведение политики в сфере социальной ответственности должно быть открытым, компания должна предоставлять нефинансовую отчетность для подтверждения прозрачности своих действий, соблюдать правила ведения бизнеса и нормы этики. Вместе с этим, разработанным положениям политики в области КСО необходимо соответствовать интересам заинтересованных сторон, при условии их реализации в рамках действующего законодательства.

На усиление роли концепции КСО в рамках российской бизнес-среды отреагировал и финансовый сектор, что подтверждается появлением практики ответственного инвестирования в соответствии с ESG-принципами. Так, потенциальные инвесторы на российском рынке обращают внимание на соблюдение организацией следующих условий: ответственное отношение к окружающей среде, высокая социальная ответственность, качество корпоративного управления [4, 7]. Именно внедрение концепции КСО в деятельность компаний помогает ей соответствовать данным принципам и повышает тем самым ее инвестиционную привлекательность. Российский союз промышленников и предпринимателей провел исследование в отношении российских компаний по поводу внедрения ими элементов социальной ответственности в корпоративную культуру, результаты которого за 2021 год представлены на рисунке 4.

Включение компаний в ту или иную группу осуществлялось по данным

публичной нефинансовой отчетности. Положительной тенденцией в 2021 году выступает расширение состава групп А и В по сравнению с 2020 годом на 4 и 1 компанию соответственно. Это свидетельствует о повышении уровня корпоративной ответственности отечественной бизнес-среды. Вместе с этим, в настоящее время драйверами развития идей социальной ответственности выступают только крупные организации.

Выводы

Исследование концепта социальной ответственности как неотъемлемого элемента корпоративной культуры отражает тот факт, что российский бизнес активно поддерживает идею социальных обязательств перед обществом и внедряет их в свою деятельность. КСО выступает действенным инструментом обеспечения устойчивого развития компании, формирования ее положительного имиджа, повышает лояльность потребителей, а также позволяет привлекать высококвалифицированные кадры. В российской бизнес-среде применение концепта социальной ответственности бизнеса становится значимым трендом, все большее число организаций используют КСО в своей корпоративной культуре. Приверженность к данной социальной инициативе проявляют, в первую очередь, крупные компании, обладающие соответствующими ресурсами для ее реализации. Следует сделать вывод, что социальная ответственность среди российского бизнеса будет только расти. Однако, компании нашей страны не могут просто скопировать путь развития западных фирм. Корпоративная социальная ответственность в России будет формироваться с учетом воздействия внутренних факторов, норм, ценностей и отражать добровольный вклад российского бизнеса в устойчивое развитие национальной экономической системы.

Библиографический список

1. Басараба А.Ю. Построение системы корпоративной социальной ответственности в современном обществе // Young Science. 2015. Т. 2. № 5. С. 5-12.
2. Вавилина А.В., Комарова Т.В., Веленси И.Р., Райхер Р.С. Корпоративная социальная ответственность как элемент бизнес-стратегии компании // Лидерство и менеджмент. 2019. Т. 6. № 4. С. 425-436.

3. Вахрушева О.Б., Хахонова Н.Н. Оценка эффективности корпоративной социальной ответственности // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2022. № 3. С. 20-27.
4. Дементьева А.Г., Соколова М.И. Концепция устойчивого развития и социально-этический маркетинг // Известия Уральского государственного экономического университета. 2018. Т. 19, № 5. С. 5-15.
5. Емельянов С.М. Корпоративная социальная ответственность в стратегии современной компании: методологические подходы // Управленческое консультирование. 2014. № 5 (65). С. 73-85.
6. Зильберштейн О.Б., Невструев К.В., Семенюк Д.Д., Шкляр Т.Л., Юрковский А.В. Анализ стейкхолдеров на примере российских предприятий // Интернет-журнал Науковедение. 2016. Т. 8. № 3 (34). С. 30.
7. Измайлова М.А. Устойчивое развитие как новая составляющая корпоративной социальной ответственности // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2021. Т. 12, № 2. С. 100-113.
8. Индексы РСПП в области устойчивого развития – 2021. ESG-индексы РСПП: «Ответственность и открытость» и «Вектор устойчивого развития». [Электронный ресурс]. URL: <https://media.rspp.ru/document/1/e/0/e03632d895731fcd79e2b7d02aa28c37.pdf> (дата обращения 10.04.2023).
9. Исмаилова А.А., Фатхуллина Г.И., Хусаинова Е.А. Сравнительный анализ моделей корпоративной социальной ответственности: преимущества и недостатки // Новая наука в новом мире: философское, социально-экономическое, культурологическое осмысление: сборник статей IV Международной научно-практической конференции, Петрозаводск, 22 мая 2020 года. Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука», 2020. С. 6-9.
10. Колмыкова Т.С., Клыкова С.В. Роль цифровых финансовых сервисов и технологий в развитии современной архитектуры экономического пространства // Регион: системы, экономика, управление. 2021. № 2 (53). С. 11-17.
11. Колмыкова Т.С., Клыкова С.В., Макаров Н.Ю. «Цифровизация» как новая парадигма социально-экономического развития // Экономика и управление: проблемы, решения. 2020. Т. 5. № 11 (107). С. 5-9.
12. Колмыкова Т.С., Халамеева К.Ю., Зеленев А.В. Исследование тенденций развития цифровой экономики в России на основе международных рейтингов // Инновации и инвестиции. 2019. № 3. С. 29-31.
13. Крючков А.Н., Максимова Ю.Ю., Русакович М.В. Проблемы реализации экономической ответственности малого и среднего бизнеса в России // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2022. № 2-1. С. 40-51.
14. Международный стандарт ISO 2600 «Руководство по социальной ответственности». [Электронный ресурс]. URL: <https://garantx.ru/iso-26000/> (дата обращения 10.04.2023).
15. Минченко Л.В., Скоробогатов М.В., Ангелова А.Ю. Технология встраивания КСО в управление предприятием // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия Экономика и экологический менеджмент. 2020. № 1. С. 79-85.
16. Скараник С.С. Экологическая ответственность в современной практике корпоративного управления российских компаний // Экономика строительства и природопользования. 2020. № 2 (75). С. 15-23.
17. Субеев Р.Т., Коротаева Т.В. Корпоративная социальная ответственность как социальное явление // Скиф. 2023. № 1 (77). С. 204-208.
18. Федеральный закон от 26.07.2019 г. № 245-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения 10.04.2023).
19. Федько А.А., Позднякова Ж.С. Социальное предпринимательство как форма корпоративной социальной ответственности // Управление в современных системах. 2020. № 1 (25). С. 49-55.