

УДК 338.2

**УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ В КОРПОРАТИВНОЙ ПРАКТИКЕ:
ИССЛЕДОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ МОДЕЛЕЙ КОРПОРАТИВНОЙ
СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ**

Травкина Е.А.

*старший преподаватель кафедры экономической теории,
Санкт-Петербургский государственный университет промышленных
технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия*

Аннотация

В XXI веке корпоративная социальная ответственность (КСО) играет ключевую роль в деятельности компаний. В связи с ростом озабоченности общественности по вопросам окружающей среды, социальной справедливости и устойчивого развития, корпорации сталкиваются с растущим давлением со стороны общества, инвесторов, регуляторов и потребителей, требующих от них активного участия в решении социальных проблем. КСО включает в себя комплекс мер, направленных на минимизацию негативного воздействия компании на окружающую среду, поддержку социальных и благотворительных программ, создание условий для развития сотрудников, а также взаимодействие с местными сообществами. В статье рассмотрены модели КСО, а также подчеркивается важность интеграции КСО в стратегическое управление компании для достижения устойчивого развития и успешного взаимодействия со стейкхолдерами.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, стейкхолдер, устойчивое развитие, человеческий капитал, правовая защита.

***SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN CORPORATE PRACTICE: RESEARCH
OF MODERN MODELS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***

Travkina E.A.

senior lecturer at the Department of Economic Theory,

St. Petersburg State University of Industrial Technology and Design,

Saint Petersburg, Russia

Abstract

In the 21st century, corporate social responsibility (CSR) plays a key role in the activities of companies. With increasing public concern about the environment, social justice, and sustainable development, corporations are facing increasing pressure from society, investors, regulators, and consumers to actively engage with social issues. CSR includes a set of measures aimed at minimizing the negative impact of the company on the environment, supporting social and charitable programs, creating conditions for the development of employees, as well as interaction with local communities. The article discusses CSR models, and also emphasizes the importance of integrating CSR into the strategic management of the company in order to achieve sustainable development and successful interaction with stakeholders.

Keywords: corporate social responsibility, stakeholder, sustainable development, human capital, legal protection.

Корпоративная социальная ответственность (КСО) – это подход при котором компании добровольно берут на себя обязательства по социальным и экологическим вопросам, выходя за рамки чисто экономических интересов. Корпорации выполняют свои обязательства по отношению к обществу и окружающей среде путем улучшения условий труда, вкладывания средств в благотворительные программы, соблюдения экологических стандартов, участия в образовательных и культурных инициативах, и другими способами.

Корпоративная социальная ответственность также включает в себя честное и прозрачное ведение бизнеса, этичное поведение и отказ от дискриминации [1].

Участниками КСО является сама компания и ее стейкхолдеры. Стейкхолдеры включают в себя всех заинтересованных лиц, которые могут быть затронуты деятельностью компании, включая клиентов, сотрудников, инвесторов, поставщиков, общественные организации и государственные органы. Взаимосвязь между КСО и стейкхолдерами заключается в том, что при принятии решений и разработке стратегии компания должна учитывать интересы всех заинтересованных сторон. Это позволяет компании установить доверительные отношения со своими стейкхолдерами и удовлетворить их потребности, что в свою очередь способствует устойчивому развитию бизнеса [2].

Основное отличие моделей КСО по мнению Дж. Муна и Д. Маттена, состоит в их форме, которая может быть открытой или закрытой [3]. Открытая форма корпоративной социальной ответственности подразумевает что бизнес самостоятельно приходит к принятию и выбору степени своего вклада в развитие общества. Как правило, при открытой форме КСО линия поведения предприятия по вопросам, касающимся элементов КСО, определяется самостоятельно и носит добровольный характер. При закрытой форме корпоративной социальной ответственности бизнес подчиняется неофициальным и официальным институтам государства, через которые КСО предприятия относительно интересов общества согласована либо же предписана данными институтами.

Корпоративная социальная ответственность стала важным аспектом для многих компаний в мире. Существует несколько устоявшихся моделей КСО, которые компании могут применять. Самыми распространенными в мировой практике являются европейская, американская и японская модели КСО, также выделяют британскую и канадскую модели.

Европейская модель КСО нашла свое отражения в странах Европейского Союза. В качестве фундаментальной основы выступает равноправное

взаимодействие с большим количеством стейкхолдеров, выражающих общественно значимые интересы в области экологии, правовой защиты и т.д. Европейская модель КСО имеет обязательный характер, поскольку регламентируется на уровне законодательства [4]. Поскольку данная модель базируется на взаимоотношениях организации с заинтересованными сторонами корпоративной социальной ответственности, она позволяет определить сферы возможных конфликтов между стейкхолдерами. Отметим, что рассматриваемая модель КСО позволяет выявить перспективные векторы развития компании, соответствующие локусам появления возможностей для ее развития, которые имеют долгосрочную перспективу.

Американская модель корпоративной социальной ответственности основывается на ориентации бизнеса в сфере развития человеческого капитала. Данная модель имеет довольно четкое разделение сфер влияния и ответственности со стороны государства, индивида и бизнеса, что, в свою очередь, оказывает минимальное влияние власти в бизнес-процессы. Как правило, вмешательство со стороны государства ограничивается только применением налоговых инструментов, направленных на регулирование предпринимательской деятельности.

Одним из важных направлений в рамках американской модели КСО является укрепление трудовой дисциплины, что влечет за собой бережное отношение коллектива организации к ее имуществу. Помимо этого, заинтересованность со стороны трудового коллектива в процветании и успехе компании позитивно отражается на качестве производимой продукции. Этому способствуют услуги и выплаты из фондов социальной защиты организации, порождающие у работников компании уверенность в будущем. Отношения с внешними стейкхолдерами в рамках американской модели КСО выстраиваются на добровольной основе, поскольку обществом выработаны различного рода открытые механизмы участия фирмы в поддержке общества.

Японская модель корпоративной социальной ответственности отличается от западных моделей в нескольких ключевых аспектах. Во-первых, в Японии КСО традиционно рассматривается как часть общественного долга корпорации, а не как прагматичное вложение в благотворительность или репутацию. Японские компании стремятся к сбалансированному подходу к управлению бизнесом, учитывая потребности не только акционеров, но и всех заинтересованных сторон, включая сотрудников, клиентов, поставщиков и общество в целом. Одной из основных характеристик японской модели КСО является принцип «kyosei», что в переводе означает «жить и работать вместе для общего блага» [5]. Этот принцип подразумевает, что корпорации должны стремиться к сотрудничеству с окружающими стейкхолдерами и уделять внимание не только экономическим результатам, но и социальным и экологическим аспектам своей деятельности.

Кроме того, в Японии широко распространена практика формирования долгосрочных партнерств между корпорациями и их поставщиками, а также участие в региональных сообществах. Кроме этого, сотрудничество с неправительственными организациями и вклад в общественные проекты считаются важной частью КСО для японских компаний. Японские компании также придают большое значение социальным и экологическим стандартам в процессе производства товаров и услуг. Они активно участвуют в программе устойчивого развития и стремятся к минимизации негативного воздействия на окружающую среду.

Британская модель корпоративной социальной ответственности имеет ряд отличительных черт, среди которых можно выделить наличие ярко выраженной инициативности фирмы в формировании и реализации проектов в сфере корпоративной социальной ответственности; активное развитие сферы консалтинга в КСО; повышенный интерес со стороны средств массовой информации; участие государства, направленное на развитие корпоративной

социальной ответственности; мониторинг со стороны финансового сектора к проектам, реализуемым в области корпоративной социальной ответственности.

Государство в рамках британской модели КСО придерживается политики поддержки организаций, которые освещают свою деятельность в природоохранной и социальной сфере, а также во взаимоотношениях с трудовым коллективом. Помимо этого, британская модель КСО подразумевает наличие льготного режима налогообложения для предприятий, которые ведут свою деятельность социально-ответственно и с учетом норм деловой этики, особенно, в области вторичной переработки отходов производства и эффективного применения энергии.

Канадская модель корпоративной социальной ответственности представляет собой плодотворное сотрудничество организаций с Национальным институтом качества Канады, внедряющим специальный стандарт КСО, то есть модель совершенства качества и достойного рабочего места [6]. В основе этой модели лежит убеждение, что корпорации должны нести ответственность перед своими заинтересованными сторонами за свои действия и воздействие на окружающую среду. В свете этого, корпоративная социальная ответственность в Канаде часто ориентирована на четыре основные области: социальные и общественные программы, забота о сотрудниках, ресурсоэффективность и защита окружающей среды, а также этическое управление и прозрачность.

Корпорации в Канаде обязаны соблюдать законы и нормативные акты, например, в области трудовых отношений, безопасности и охраны окружающей среды. Однако, канадская модель КСО подразумевает более широкий круг обязательств, включая добровольные меры по улучшению социальной и экологической ответственности, такие как инвестирование в местные общины, разработка программ устойчивого развития, соблюдение человеческих прав и улучшение условий труда.

Канадские компании также активно участвуют в партнерствах с некоммерческими организациями, правительственными учреждениями и

другими бизнесами для реализации проектов по корпоративной социальной ответственности. Данная модель КСО способствует улучшению репутации компаний и их привлекательности для инвесторов, экономической эффективности, а также созданию позитивного влияния на общество и окружающую среду.

В завершение исследования моделей корпоративной социальной ответственности целесообразно рассмотреть российскую модель. Российская модель корпоративной социальной ответственности включает в себя черты американской и европейской моделей корпоративной социальной ответственности, однако, она обладает характеристиками присущими исключительно для нашей страны.

В России внедрением корпоративной социальной ответственности, обычно, занимаются крупные организации, а субъекты малого и среднего предпринимательства не ставят концепции корпоративной социальной ответственности в ряд приоритетных направлений развития. В связи со сложившейся геополитической ситуацией многие организации столкнулись с финансовыми проблемами и сократили объем финансирования социальных программ и проектов.

Несмотря на все проблемы, культура корпоративной социальной ответственности на территории России активно развивается, поскольку она интегрируется в бизнес-процессы и становится системной. Основными направлениями программ КСО в России являются защита экологии, забота о персонале организации, проекты, направленные на поддержку спорта, искусства и культуры.

Таким образом, в ходе исследования было выявлено, что применение модели КСО имеет ряд преимуществ, среди которых можно выделить:

1. Улучшение репутации компании (помогает компании создать положительное впечатление о себе у всех заинтересованных сторон, включая клиентов, инвесторов, сотрудников и общество в целом. Компании, которые

активно занимаются КСО, обычно, считаются более надежными и заботливыми, что улучшает их имидж).

2. Привлечение и удержание талантливых сотрудников (многие современные работники предпочитают работать в компаниях, которые заботятся об обществе и окружающей среде).

3. Увеличение конкурентоспособности (может помочь компании привлечь больше клиентов, увеличить свою долю рынка и укрепить свою позицию на рынке).

4. Уменьшение рисков (возможность избежания потенциальных налоговых и репутационных рисков, связанных с незаконной или недостаточной социальной ответственностью).

5. Улучшение отношений с заинтересованными сторонами (организации, которые активно осуществляют деятельность в области КСО, могут улучшить свои отношения с заинтересованными сторонами, такими как правительство, общество и неправительственные организации. Это может помочь им получить дополнительную поддержку и ресурсы для своих проектов и инициатив).

6. Улучшение экологической устойчивости (может помочь организации снизить свое негативное влияние на окружающую среду, сократить затраты на ресурсы и энергию).

Подводя итог, определено, что корпоративная социальная ответственность является важным элементом стратегии многих организаций, влияя на их успех, долгосрочную устойчивость и восприятие в обществе. Корпоративная социальная ответственность помогает организации укрепить ее репутацию на рынке, привлечь и удержать сотрудников, увеличить конкурентоспособность, снизить риски, улучшить отношения с заинтересованными сторонами и экологическую устойчивость.

Библиографический список:

1. Корпоративная социальная ответственность : учебник для вузов / В. Я. Горфинкель [и др.] ; под редакцией В. Я. Горфинкеля, Н. В. Родионовой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 490 с.
2. Пастушенко, В. Ю. Интегрированная отчетность в информационном обеспечении стейкхолдеров общественно значимых хозяйственных субъектов / В. Ю. Пастушенко, Ю. В. Петренко, А. С. Неуструева // Вестник молодых ученых Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. — 2018. — № 4. — С. 111-117. — EDN YZUKEX.
3. Благов, Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции / Ю. Е. Благов; Высшая школа менеджмента СПбГУ.— 2-е изд. — Санкт-Петербург : Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2011. — 272 с.
4. Платонова, И. С. Правовое регулирование корпоративной социальной ответственности: заграничный и Российский опыт / И. С. Платонова, И. В. Николаева. — Текст : непосредственный // Актуальные проблемы права : материалы III Междунар. науч. конф. (г. Москва, ноябрь 2014 г.). — Москва : Буки-Веди, 2014. — С. 20-23.
5. Kaku, R. The path of kyosei / R. Kaku // Harvard Business Review. — 1997. — Vol. 75, No. 4. — P. 55-61.
6. Патрушева, Е. Г. Управленческие решения маркетинга : учебное пособие / Е. Г. Патрушева, Н. А. Старкова, Е. И. Лифанова ; Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова. — Ярославль : Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова, 2015. — 116 с.

Оригинальность 93%