

УДК 338.054.23

DOI 10.21661/r-555864

Тихомиров А.С., Васильев П.П.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ КОРПОРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ КОМПАНИЙ

Аннотация: корпоративная социальная ответственность (КСО) – это концепция, согласно которой компании действуют в общественных интересах и несут ответственность за свое влияние на сотрудников, клиентов, поставщиков, акционеров, местные сообщества и окружающую среду. Это обуславливает актуальность данной работы.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, предприятия, общественные интересы.

Социальная ответственность является неотъемлемой частью современных организаций. Эта концепция была создана в 20 веке и начала свой путь с компенсации работникам после увольнений, создания фондов. Ответственность способствовала созданию устойчивого развития корпорации.

В настоящее время в научной литературе получила распространение теория «разумного эгоизма», согласно которой КСО является «хорошим бизнесом», поскольку обеспечивает компании прибыль в долгосрочной перспективе. Теория «разумного эгоизма» широко используется в российской концепции бизнеса.

Фирмы тратят огромные деньги на социальную политику в обмен на получение репутации в экономическом пространстве. Это, в свою очередь, обеспечивает лояльность клиентов.

Отметим, что Япония была первой страной, развившей социальную ответственность. В настоящее время около 93% компаний публикуют отчеты о социальном воздействии.

Социальная ответственность включает в себя:

– деловая практика;

- развитие персонала;
- охрана здоровья и окружающей среды, а также безопасные условия труда;
- развитие бизнес-сообщества.

Цивилизованная экономика заинтересована в прозрачности всех социальных отчислений. Однако открытое социальное действие компаний приводит к угрозам развития. Например, самый популярный конфликт в таких компаниях – это конфликт между акционерами и менеджерами, конфликт с органами власти. При этом даже полное закрытие магазина не даст положительного результата. Закрытая компания привлекает внимание властей и других регуляторов.

Для развития ответственности в компаниях используются программы социального развития, т.е. профессиональное обучение и переподготовка, программы мотивационного развития, социальные пакеты и т. д. Все это поднимает уровень компании и повышает лояльность.

Иногда компании реализуют собственные социальные программы, такие как программы по охране труда и технике безопасности, реструктуризация, экологические программы. Компании должны участвовать в жизни своих сотрудников. В этом случае лучшая деловая практика служит развитию ответственности.

В КСО выделяют следующие социальные программы:

- программы, разработанные компанией;
- партнерские программы;
- сотрудничество с государственными органами;
- партнерские отношения;
- сотрудничество со сми [2, с. 15].

Инструментами реализации социальных программ являются денежные пожертвования, пожертвования, маркетинг, паевые фонды, инвестиции и т. д. Все эти инструменты и модели направлены на повышение уровня КСО компании, а значит, на снижение затрат в будущем.

Американская концепция корпоративной социальной ответственности считает недобросовестным «делать деньги» в бизнесе, и при этом не заботится о сотрудниках и окружающей среде. Однако следует отметить, что использование

концепции корпоративной социальной ответственности (КСО) не предполагает благотворительности. С точки зрения американских компаний КСО – это прагматичная идея, позволяющая:

- укрепить свою известность;
- улучшить качество компании;
- повысить инвестиционную привлекательность [4, С. 8–9].

Первая концепция является наиболее традиционной. Она основана на том, что единственной обязанностью компании является увеличение прибыли.

Вторая концепция принадлежит Фридману и называется «теорией корпоративного альтруизма». Эта теория говорит о том, что компании должны вносить значительный вклад в развитие общества.

Третья концепция (центристская теория) или теория «разумного эгоизма» дает понять, что социальная ответственность – это хороший бизнес. Как описано выше, это понятие наиболее популярно в экономической литературе и на практике. Реализуя социальные и благотворительные программы, корпорации сокращают операционные расходы.

Социально ответственное поведение различает несколько уровней. Первый уровень отражает модель «собственной компании». Требованиями на этом уровне являются добровольное выполнение прямых обязательств перед обществом и государством. Вторым уровнем фокусируется на межфирменных партнерствах и предлагает некоторые льготы для сотрудников, например. Целевые инвестиции осуществляются на втором уровне.

Третий уровень является внешним по отношению к обществу. Поэтому объектами этого уровня являются не сотрудники компании, а компания в целом [1, с. 22]

Все три уровня основаны на работе КСО за рубежом. Концепция социальной ответственности в России формируется. В российском бизнесе доминирует олигархическая модель. Согласно этой модели, компания сама определяет уровень социальной ответственности. Это предлагает преимущества развития и

огромный недостаток. Олигархическая модель не позволяет компании развиваться.

Некоторые эксперты отмечают, что роль бизнеса и зон ответственности в российской экономике формируется с каждым годом. Роль капитала заменяет диалог между фирмами. Это указывает на то, что КСО станет приоритетом для организации в ближайшем будущем.

Проблема КСО в России – это проблема взаимодействия компаний и государства в связи с реализацией социальных программ для компаний. Реализация социальной ответственности должна определяться органами власти. Основным инструментом формирования социальных проектов являются налоговые и правовые нормы. Выстраивая политику налогового взаимодействия, государство либо создает условия для ведения бизнеса, либо ограничивает их [3, с. 198]

На развитие КСО в России повлияла пандемия COVID-19. Так был проведен сравнительный анализ компании в двух периодах: с апреля 2019 по апрель 2020 г. и с апреля 2020 по апрель 2021 г. По результатам данного анализа можно сказать, что направление КСО изменилась в период пандемии и смогло подстроиться под ситуацию в стране.

В первый период 2019–2020 г. высокие показатели КСО были у «Газпром», «Роснефть», «Норникель», «Фортум» и «Газпром Нефть». В данном анализе учитывались благотворительность, культурное развитие территории, молодежное направление, спортивное развитие и так далее.

После начала пандемии, в лидерах остались те компании, которые смогли быстро адаптироваться к новой ситуации, и помочь медицинским учреждениям. По показателям второго периода 2020–2021 г. высокие показатели КСО были у таких компаний, как «Роснефть», «Норникель», «Русгидро» и «ММК» [5]

Таким образом, мы видим, что тенденции КСО в нашей стране развиваются, даже в такой сложный период. Конечно, показатели компаний в России намного меньше, чем в зарубежных странах, но можно точно сказать, что отечественные предприятия стремятся к улучшению КСО.

Список литературы

1. Бахарева Т.В. Корпоративная социальная ответственность как институт современной фирмы // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2015. – №4 (22).
2. Громова О.Н. Взаимосвязь и взаимообусловленность корпоративной социальной ответственности (КСО) и репутации корпорации // Евразийский Союз Ученых. – 2016. – №1–1 (22).
3. Жойдик А.П. Методы оценки корпоративной социальной ответственности // Современные корпоративные стратегии и технологии в России: сборник научных статей; науч. ред. д-ра экон. наук, проф. И.Ю. Беляева. М.: Фин. ун-т при Правительстве Рос. Федерации, 2015. – С. 194–201.
4. Горнак Я.А. Трансформация понятия корпоративной социальной ответственности в период пандемии 2020–2021 гг. в России и за рубежом // Телескоп. – 2021. – №2.
5. Составлен рейтинг социально ответственных промышленных компаний России [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://finance.rambler.ru/business/47326830/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink

Тихомиров Артём Сергеевич – студент, Южно-Российский институт управления (филиал) ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ», Ростов-на-Дону, Россия.

Васильев Петр Петрович – д-р экон. наук, профессор, преподаватель, Южно-Российский институт управления (филиал) ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ», Ростов-на-Дону, Россия.
