

Современные тенденции развития корпоративной социальной ответственности

П. В. Кулешов

аспирант

Московская международная академия,

Москва, Россия

kuleshov-mma@yandex.ru

Аннотация: В сегодняшнем быстро меняющемся глобальном ландшафте корпоративная социальная ответственность (КСО) стала важным компонентом деятельности предприятий, стремящихся к процветанию и поддержанию позитивного общественного имиджа. Согласно школе классической экономики, единственной задачей компании является получение максимальной прибыли законными средствами. В этих рамках компания — по своей природе — стремится к экономической выгоде, по которой ее оценивают как успешную или нет, и, похоже, не заботится о своей социальной ответственности. Однако с развитием общественного производства и быстрым увеличением числа и размера компаний «теории заинтересованных сторон» стало уделяться много внимания, и она стала предметом исследований. На самом деле некоторые исследователи выдвигают новаторские взгляды на КСО, которые все чаще становятся предметом серьезной озабоченности, и, как следствие, на международном уровне внедряется все больше руководящих принципов, связанных с КСО. Между тем, для компаний были разработаны различные коалиции, кодексы поведения, методы оценки и инвестиционные стандарты. Но даже несмотря на то, что концепция КСО широко признана во всем мире, до сих пор нет единого мнения о том, что такое КСО, что она охватывает и как ее следует применять.

Ключевые слова: ответственность, компания, корпоративная социальная ответственность, устойчивое развитие, имидж, заинтересованные стороны, эффективность, выгода.

Для цитирования: Кулешов П.В. Современные тенденции развития корпоративной социальной ответственности. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2023. Т. 22. № 4. С. 194–197. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2023-22-4-194-197>.

Modern trends in the development of corporate social responsibility

P. V. Kuleshov

Postgraduate student

Moscow International Academy,

Moscow, Russia

kuleshov-mma@yandex.ru

Abstract: In today's rapidly changing global landscape, corporate social responsibility (CSR) has become an important component of the activities of enterprises striving for prosperity and maintaining a positive public image. According to the School of Classical Economics, the only task of the company is to obtain maximum profit by legal means. Within this framework, the company — by its nature — strives for economic benefits, according to which it is evaluated as successful or not, and does not seem to care about its social responsibility. However, with the development of social production and the rapid increase in the number and size of companies, much attention has been paid to the «theory of stakeholders», and it has become the subject of research. In fact, some researchers are putting forward innovative views on CSR, which is increasingly becoming a matter of serious concern, and as a result, more and more guidelines related to CSR are being implemented at the international level. Meanwhile, various coalitions, codes of conduct, valuation methods and investment standards have been developed for companies. But even though the concept of CSR is widely recognized around the world, there is still no consensus on what CSR is, what it covers and how it should be applied.

Keywords: responsibility, company, corporate social responsibility, sustainable development, image, stakeholders, efficiency, benefit.

For citation: Kuleshov P. V. Modern trends in the development of corporate social responsibility. Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship. 2023. T. 22. № 4. P. 194–197. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2023-22-4-194-197>.

В сегодняшнем быстро меняющемся глобальном ландшафте корпоративная социальная ответственность (КСО) стала важным компонентом деятельности предприятий, стремящихся к процветанию и поддержанию позитивного общественного имиджа. Европейская комиссия определила КСО как «концепцию, посредством которой компании принимают добровольное решение внести

свой вклад в улучшение общества и создание более чистой окружающей среды»¹. Международная организация труда (МОТ) определяет КСО как «средство, с помощью которого фирмы посредством своей внутренней работы и взаимодействия с другими заинтересованными сторонами и затрагиваемыми органами (людьми, сообществами, окружающей средой и т.д.) объявляют о своих ценностях и принципах»². Кроме того, Цели развития тысячелетия³, а также Глобальная сеть заинтересованных сторон ISO26000⁴, созданная для продвижения КСО и устойчивого развития, продемонстрировали свою приверженность идеям КСО.

В результате компании по всему миру внедряют новые стратегии и инициативы для решения важных социальных, экологических и этических проблем, которые находят отклик у заинтересованных сторон и потребителей. По мнению Щербаченко П.С. и Крюкова И.В. «для функционирования и успешного развития компании в условиях рыночной экономики необходимо формирование эффективной стратегии конкурентных преимуществ, а соблюдение компанией концепции корпоративной социальной ответственности оказывает непосредственное влияние на ее конкурентные преимущества, являясь неоспоримым плюсом для нее»⁵.

Рассмотрим текущие тенденции в области КСО, выделив инновационные подходы, которые формируют будущее ответственной деловой практики и оказывают долгосрочное преобразующее воздействие на общество, окружающую среду и экономику.

Основные тенденции корпоративной социальной ответственности:

1. Экологическая устойчивость. Компании все больше сосредотачиваются на снижении воздействия на окружающую среду путем внедрения экологически чистых и энергоэффективных методов, устойчивых источников поставок, минимизации отходов и поощрения вторичной переработки.

2. Этичные цепочки поставок. Предприятия становятся более прозрачными и ответственными за свои цепочки поставок, обеспечивая соблюдение прав человека и экологических стандартов, а также применяя ответственную практику поиска поставщиков.

3. Разнообразие и инклюзивность. Организации продвигают разнообразную и инклюзивную рабочую силу, понимая, что разнообразие ведет к инновациям, лучшему принятию решений и повышению конкурентоспособности на рынке.

4. Поддержка местных сообществ. Компании сосредотачиваются на инициативах по улучшению положения местных сообществ путем предоставления возможностей трудоустройства, спонсирования местных мероприятий и активностей и инвестирования в проекты общественно-го развития.

5. Вовлеченность и благополучие сотрудников. Корпорации выделяют ресурсы для поддержания здорового баланса между работой и личной жизнью, предлагая хорошие условия труда, поддержку в области психического здоровья и вовлекая своих сотрудников в значимую деятельность.

6. Развитие навыков и образование. Предприятия вносят свой вклад в развитие квалифицированных сотрудников, предлагая стажировки и обучающие программы, а также поддерживая образовательные инициативы в местных сообществах.

7. Филантропия и волонтерство. Компании выделяют ресурсы на благотворительную деятельность, поощряют добровольчество сотрудников и сотрудничают с некоммерческими организациями и другими организациями в социальных целях.

¹ Employment Commission Directorate-General for Employment and Social Affairs. Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility; Office for Official Publications of the European Communities: Luxembourg, 2001.

² Aminu A., Harashid H., Harashid H., Amran H. Corporate Social Responsibility: A Review on Definitions, Core Characteristics and Theoretical Perspectives. Mediterranean Journal of Social Sciences. 2015; 6(4): 83–95.

³ UNICEF. The Millennium Development Goals: A Latin American and Caribbean Perspective; United Nations Publications: New York, NY, USA, 2005.

⁴ Moratis L. Signalling Responsibility? Applying Signalling Theory to the ISO 26000 Standard for Social Responsibility. Sustainability. 2018; 10: 41–72.

⁵ Щербаченко П.С., Крюкова И.В. Роль социальных программ в реализации корпоративной социальной ответственности. Вестник университета. 2020. № 9. С. 158–165.

8. Этический маркетинг и осведомленность потребителей. Организации следят за тем, чтобы их маркетинг был этичным, прозрачным и социально ответственным, одновременно повышая осведомленность потребителей об устойчивом развитии и социальных проблемах.

9. Экономика замкнутого цикла. Компании переключают свое внимание с линейной экономики (бери, производи, утилизируй) на экономику замкнутого цикла, разрабатывая продукты, которые служат дольше, их легко ремонтировать и, в конечном счете, можно переработать или использовать по другому назначению.

10. Социальное предпринимательство и инновации. Организации активно участвуют в проектах социального предпринимательства и поощряют инновации, чтобы найти новые способы достижения социальных и экологических целей.

11. Действия по изменению климата. Компании работают над сокращением выбросов парниковых газов, инвестируют в возобновляемые источники энергии, внедряют энергоэффективные методы и поддерживают глобальную политику в области изменения климата.

12. Права человека и справедливая трудовая практика. Предприятия следят за тем, чтобы их деятельность соответствовала принципам прав человека и справедливой трудовой практике, принимая на себя ответственность за благополучие и уважение своих сотрудников.

13. Корпоративное управление и этика. Организации развивают сильную культуру этики и прозрачности, обеспечивая ответственное принятие решений во всех аспектах бизнеса.

14. Вовлечение заинтересованных сторон. Компании активно взаимодействуют с различными заинтересованными сторонами, такими как акционеры, сотрудники, клиенты, поставщики и местные сообщества, чтобы лучше понимать и решать их потребности и проблемы.

15. Отчетность и раскрытие информации. Организации внедряют прозрачную отчетность и раскрывают информацию о своих инициативах в области КСО, прогрессе и результатах, что позволяет заинтересованным сторонам привлекать их к ответственности за их социальные и экологические показатели.

Тенденции корпоративной социальной ответственности меняют то, как компании работают и взаимодействуют с обществом, оказывая влияние на целый ряд областей — от экологической устойчивости до этических цепочек поставок. Поскольку компании все чаще уделяют приоритетное внимание минимизации воздействия на окружающую среду, они также уделяют особое внимание прозрачности и ответственности во всей своей цепочке поставок, соблюдению прав человека и экологических стандартов.

Этот сдвиг идет рука об руку с продвижением разнообразия, инклюзивности и поддержкой местных сообществ для стимулирования инноваций и конкурентоспособности. Благополучие сотрудников становится центральной заботой наряду с развитием навыков и образованием для обеспечения квалифицированной рабочей силы. Филантропические и волонтерские инициативы растут, а этические маркетинговые практики приобретают все большее значение. Внедрение экономики замкнутого цикла позволяет компаниям вносить свой вклад в более устойчивые и эффективные модели производства, в то время как социальное предпринимательство и инновации помогают достигать экологических и социальных целей. Принятие мер по борьбе с изменением климата имеет решающее значение, и предприятия инвестируют в возобновляемые источники энергии и поддерживают политику, направленную на решение этой глобальной проблемы.

Бытдаева М.М. и Абдокова Л.З. обращают внимание на то, что «Сегодня важно сделать акцент на социальной и духовной ответственности бизнеса, обратить внимание на стандарт социальной ответственности ISO-26000, повышать свой авторитет конкретными делами, реализацией различных социальных проектов и т.д. В России духовная ответственность, религиозный потенциал не используется в экономических отношениях, хотя за последние годы он существенно растет»⁶.

⁶ Бытдаева М.М., Абдокова Л.З. Социальная и духовная ответственность как составляющие корпоративной социальной ответственности в бизнесе. Научные исследования современных ученых. XXV Международная научно-практическая конференция. 2017. С. 140–142.

Обеспечение прав человека и справедливой трудовой практики в рамках корпоративного управления ведет к ответственному принятию решений и сильной этической культуре. Привлечение заинтересованных сторон и прозрачная отчетность позволяют организациям нести ответственность за результаты своей КСО, отражая возросшее осознание жизненно важной роли бизнеса в построении устойчивого и справедливого будущего.

Подводя итог, можно сказать, что растущее значение тенденций корпоративной социальной ответственности привело к значительным изменениям в том, как компании работают и взаимодействуют с обществом. Поскольку различные заинтересованные стороны, от потребителей до инвесторов, все большее значение придают социально ответственным практикам, организации должны адаптироваться и развиваться, чтобы обеспечить долгосрочную устойчивость и успех. Внедряя этические практики в области охраны окружающей среды, вовлечения сообщества, разнообразия и инклюзивности, а также управления цепочками поставок, предприятия могут вносить свой вклад в позитивные изменения, получая при этом выгоды, которые могут возникнуть в результате улучшения репутации, лояльности к бренду и увеличения акционерной стоимости. В конечном счете, компании, которые включают тенденции КСО в свои основные стратегии, готовы к процветанию на современном конкурентном рынке, ориентированном на ценности.

Список литературы

1. Employment Commission Directorate-General for Employment and Social Affairs. Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility; Office for Official Publications of the European Communities: Luxembourg, 2001.
2. UNICEF. The Millennium Development Goals: A Latin American and Caribbean Perspective; United Nations Publications: New York, NY, USA, 2005.
3. Moratis L. Signalling Responsibility? Applying Signalling Theory to the ISO 26000 Standard for Social Responsibility. *Sustainability*. 2018; 10: 41–72.
4. Aminu A., Harashid H., Harashid H., Amran H. Corporate Social Responsibility: A Review on Definitions, Core Characteristics and Theoretical Perspectives. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 2015; 6(4): 83–95.
5. Щербаченко П.С., Крюкова И.В. Роль социальных программ в реализации корпоративной социальной ответственности. *Вестник университета*. 2020. № 9. С. 158–165.
6. Бровчак С.В. Гендерные аспекты социальной политики. *Путеводитель предпринимателя*. 2023. Т. 16. № 3. С. 81–91. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2023-16-3-81-91>.
7. Бытдаева М.М., Абдокова Л.З. Социальная и духовная ответственность как составляющие корпоративной социальной ответственности в бизнесе. *Научные исследования современных ученых. XXV Международная научно-практическая конференция*. 2017. С. 140–142.

References

1. Employment Commission Directorate-General for Employment and Social Affairs. Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility; Office for Official Publications of the European Communities: Luxembourg, 2001.
2. UNICEF. The Millennium Development Goals: A Latin American and Caribbean Perspective; United Nations Publications: New York, NY, USA, 2005.
3. Moratis L. Signalling Responsibility? Applying Signalling Theory to the ISO 26000 Standard for Social Responsibility. *Sustainability*. 2018; 10: 41–72.
4. Aminu A., Harashid H., Harashid H., Amran H. Corporate Social Responsibility: A Review on Definitions, Core Characteristics and Theoretical Perspectives. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 2015; 6(4): 83–95.
5. Щербаченко П.С., Крюкова И.В. Роль социальных программ в реализации корпоративной социальной ответственности. *Вестник университета*. 2020. № 9. С. 158–165.
6. Brovchak S.V. Gender aspects of social policy. *Entrepreneur's Guide*. 2023. Т. 16. № 3. P. 81–91. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2023-16-3-81-91>.
7. Bytdaeva M.M., Abdokova L.Z. Social and spiritual responsibility as components of corporate social responsibility in business. *Scientific research of modern scientists. XXV International scientific-practical conference*. 2017. P. 140–142.