

# СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ И НРАВСТВЕННОЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВА

---

## ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ КОМПАНИЙ

**КОРСУКОВА ЕКАТЕРИНА АЛЕКСАНДРОВНА**

*преподаватель кафедры экономики и управления строительством филиала  
ФБГОУ ВО «Воронежский государственный архитектурно-строительный  
университет» в городе Борисоглебске, Борисоглебск, Россия*

*Email: marin4ik\_srv@mail.ru*

**САРВИ МАРИНА ОЛЕГОВНА**

*студентка ФБГОУ ВО «Воронежский государственный архитектурно-  
строительный университет» в городе Борисоглебске, Борисоглебск, Россия*

*Email: marin4ik\_srv@mail.ru*

### АННОТАЦИЯ

Предметом данной статьи является корпоративная социальная ответственность. Мы рассмотрели ее историю развития на Западе и в России. Выделили причины значимости и приоритетности применения КСО, описали ее уровни, а также перечислили компоненты, которые включает в себя корпоративная социальная ответственность.

**Ключевые слова:** социальная ответственность, корпоративное управление, общество, корпоративная социальная ответственность (КСО), концепция корпоративной социальной ответственности.

## EXPERIENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY RUSSIAN AND FOREIGN COMPANIES

**EKATERINA KORSUKOVA**

*senior lecturer department of economics and management of building the branch of  
Voronezh state University of architecture and construction in the Borisoglebsk,  
Borisoglebsk, Russia*

*Email: marin4ik\_srv@mail.ru*

**MARINA SARVI**

*student of bachelor the branch of Voronezh state University of architecture and  
construction in the Borisoglebsk, Borisoglebsk, Russia*

*Email: marin4ik\_srv@mail.ru*

## ABSTRACT

The subject of this article is corporate social responsibility. We have examined its history of development in the West and in Russia. Identified the causes and significance of the priority application of CSR, described her levels and lists the components that includes corporate social responsibility.

**Keywords:** social responsibility, corporate governance, society, corporate social responsibility (CSR), the concept of corporate social responsibility.

Не так давно, около 40 лет назад сформировалось понятие корпоративной социальной ответственности. Существовали разрозненные стандарты в различных областях корпоративного управления, которые касались политики взаимоотношений с работниками, подходов как охране окружающей среды, корпоративной этики. Стоит отметить, что в сфере социальной политики компаний стандарты и правила не были выработаны, имел место "случайный" подход, то есть работа происходила по обращениям, а также в ответ на просьбы местных властей или требования профсоюзов. Но уже с конца семидесятых годов ведущие компании США и Великобритании стали приходить к пониманию необходимости объединить разрозненные элементы корпоративной политики, которые были связаны с взаимоотношениями компании с внешней средой. Кроме этого необходимо также выработать целостные подходы к взаимодействию с обществом в целом. Данная политика должна была быть не только связана с философией компании и её маркетинговой стратегией, но и отвечать ожиданиям общества.

Уже к началу 21-го века многие крупные компании США и Западной

Европы сформировали собственную политику КСО. Именно в это время были созданы объединения компаний, главной целью которых считается развитие и передвижение концепции КСО.

На данном этапе не существует единого общемирового определения корпоративной социальной ответственности, но единым заключается следующее: корпоративной социальной ответственностью является ответственность перед всеми лицами и организациями, с которыми она сталкивается в процессе деятельности, а также перед обществом в целом. В определение КСО также включают ответственность компании во взаимоотношениях с партнёрами, ответственность в отношении потребителей, экологическую ответственности и ответственную политику в отношении работников. Особое внимание в России пока уделяют только отношениям с работниками и взаимодействию с обществом.

В России история развития корпоративной социальной ответственности насчитывает около 15 лет. Ещё 10 лет назад определение КСО не было даже понято в бизнес-сообществах, а на практике можно было увидеть лишь

разовую благотворительность или заявление о следовании принципам этики. В настоящее время проделана довольно большая работа в этом направлении, но все же для российского бизнеса это пока новое и непривычное явление.

Выделим несколько причин, которые побудили крупные компании обратить более пристальное внимание на политику во взаимоотношениях с обществом:

1) усиление давления со стороны государства (в Великобритании и других странах западной Европы были выдвинуты более жестоким стандарты в сфере трудового законодательства и охраны окружающей среды);

2) давление профсоюзов (сфера охраны труда и социальной политики);

3) усиление взаимосвязи между общественным мнением и уровнем продаж (возросло значение общего имиджа компании). [3]

Несмотря на актуальность феномена корпоративной социальной ответственности, до сих пор не существует его однозначной трактовки. На Западе, например, КСО отождествляется с попыткой разрешить социальные проблемы, вызванные деятельностью корпораций, то есть связаны непосредственно с людьми, обществом. Для России данная ответственность чаще всего носит формализованный характер. Кроме того и трактуется по-разному: в широком и узком смысле.

Если рассматривать КСО в узком смысле, то социальная ответственность в России выражается в виде метода

цивилизованного решения социально-трудовых конфликтов, которые также включает механизм достижения социальной стабильности общества.

В широком же смысле под КСО понимается добровольный вклад бизнеса в развитии общества, а именно в социальную, экономическую и экологическую сферы, которые чаще всего не связанные напрямую с основной деятельностью компании.

Существуют следующие уровни корпоративной социальной ответственности:

1. Микроуровень: ответственность перед сотрудниками (персоналом, партнёрами, акционерами и потребителями. Здесь имеет место социальная значимость сотрудников компании, которую обеспечивают программы и инициативы, направленные на создание поддержания корпоративной культуры, развитие чувство корпоративной принадлежности, приверженности сотрудников ценностям и идеалам компании. Существуют программы социальных льгот, предоставляемых работникам на основе добровольно взятых компанией обязательств, и они могут включать:

- медицинские услуги (добровольное медицинское обслуживание, предоставление путевок для отдыха и оздоровление работников и членов их семьи и т.д.);

- организацию питания сотрудников и компенсацию на питание;

- ежегодный бонус к очередному отпуску, материальную помощь, выдачу возвратных беспроцентных суд при условии закрепление в коллективном договоре;

- доставку к месту работы транспортом компании;

- скидки работником при покупке продукции предприятия;

- предоставление средств мобильной связи;

- возмещение расходов, связанных с переездом и на время работы по контракту в регионе;

- оплату аренды жилой площади и т. д.

2. Мезоуровень: ответственность перед местными сообществами.

3. Макроуровень: ответственность перед государством.

4. Мегауровень: ответственность перед мировым сообществом. [1]

Концепция корпоративной социальной ответственности в разных странах, в различных сферах бизнеса, в компаниях разного уровня включает в себя разные компоненты. Самая широкая трактовка концепции корпоративной социальной ответственности включает в это понятие:

- миссию компании, ее ценности и стратегию;

- корпоративную этику;

- принципы и подходы к корпоративному управлению;

- политику в отношении персонала;

- политику в сфере охраны окружающей среды;

- открытую отчетность в области социальной деятельности фирмы;

- корпоративную социальную политику в отношении общества;

- вопросы соблюдения прав человека в отношениях с поставщиками, потребителями, персоналом. [2]

Помимо этого, в содержании КСО обычно выделяют такие категории, как инициатива, образование, культура и искусство.

Реализация социальных ценностей в стратегии развития бизнеса осуществляется на двух уровнях: корпоративном и общественном.

При этом внутренние и внешние факторы формируют две парадигмы: внутрикорпоративное поведение и социальную ответственность. [1]

Корпоративный уровень включает улучшение качества корпоративного управления и акцентирует внимание на информационной прозрачности, а также отношениях с акционерами и другими заинтересованными людьми.

К общественному уровню относят инициативы и стандарты по продвижению и признанию социальной роли бизнеса, например, социальную отчетность.

Развитие и укрепление российского бизнеса в первую очередь будет зависеть от своевременности и адекватности восприятия основных принципов корпоративной социальной ответственности. Только благодаря этому произойдут позитивные перемены в социально значимых

сферах общества, создадутся и будут поддерживать достойные условия труда персонала, занятого на предприятиях.

Вопросы значимости и приоритетности проблем КСО обусловлены следующим:

1. усиление роли нематериальных факторов экономического роста (необходимость инвестиций в человеческий капитал является ключевым условием инновационного экономического роста)

2. высокой степенью хозяйственного развития ведущих стран мира, которые занимаются поддержанием современных стандартов качества жизни населения на должном уровне;

3. сокращение степени вмешательства государства в решение многих социально-экономических проблем, тем самым пересматриваются традиционные взгляды на концепцию социальной

политики и увеличение круга ее субъектов.

Достаточно большое количество российских корпораций уже начали внедрять принципы социальной ответственности в производственно-хозяйственную деятельность. Однако делают они это исключительно в личных целях, а не в интересах общества. Но стоит отметить, что есть немало компаний, которые осознали эффективность системной социальной политики. Наиболее крупные из них расходы на социальные цели до 17 % прибыли. [4]

Для России разработка и внедрение разумной и эффективной политики КСО - это шаг к признанию российских компаний не только в России, но и за рубежом. Однако компаниям не стоит забывать, что для достижения качественного результата необходимо не менее 5 лет. Это касается компаний, ожидающих быстрого и очевидного результата от внедрения КСО.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 [http://economicarggu.ru/2011\\_3/kivarina.pdf](http://economicarggu.ru/2011_3/kivarina.pdf)
- 2 <http://ekonomick.narod.ru/nbene/econom/feconom4.htm>
- 3 [http://www.maecenas.ru/doc/2004\\_3\\_5.html](http://www.maecenas.ru/doc/2004_3_5.html)
- 4 Зудин А. Взаимоотношение крупного бизнеса и власти при В. Путине и их влияние на ситуацию в российских регионах // Региональная элита в современной России. М., 2005.

### REFERENCES

- 1 [http://economicarggu.ru/2011\\_3/kivarina.pdf](http://economicarggu.ru/2011_3/kivarina.pdf)
- 2 <http://ekonomick.narod.ru/nbene/econom/feconom4.htm>
- 3 [http://www.maecenas.ru/doc/2004\\_3\\_5.html](http://www.maecenas.ru/doc/2004_3_5.html)
- 4 Zudin A. The relationship of big business and the government under Putin, and their impact on the situation in Russian regions // Regional elite in modern Russia . M., 2005.