

## ТЕОРИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ. СУЩНОСТЬ И ОТЛИЧИЯ КСО В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

**А.О. Курапова**

*Челябинский государственный университет, г. Челябинск*

В статье рассматривается термин корпоративной социальной ответственности в широком и узком значении, дается наиболее оптимальное определение в рамках рассматриваемой проблемы. Несмотря на схожесть определений корпоративной социальной ответственности в мировой практике и России, все же воспринимается по-разному. В статье представлено три уровня корпоративной социальной ответственности: микроуровень, мезоуровень и макроуровень. Российская модель корпоративной социальной ответственности довольно рознится с европейской и западной моделью. Существуют несколько причин, по которым становление корпоративной социальной ответственности в России происходит медленно и тормозится. Российская модель еще плохо развита, но многие крупные предприятия уже взяли систему на вооружение и активно используют ее для своего и общественного блага.

Как вывод к работе следует, что КСО – это явление достаточно молодое для РФ, в настоящее время недостаточно развито и требует соответствующих преобразований как со стороны государства, так и со стороны предприятий.

**Ключевые слова:** теория социальной ответственности, корпоративная социальная ответственность, модели КСО, программы КСО, уровни ответственности, российская модель КСО, направления деятельности КСО, сфера КСО.

Термин «корпоративная социальная ответственность» (в дальнейшем КСО) укоренился в обращении достаточно давно, с середины прошлого века. Впервые это понятие ввел Г. Боуэн в 1953 г. в своей работе «Социальная ответственность бизнесмена». Дословно оно звучало так: «Социальная ответственность бизнесмена состоит в реализации такой политики, принятия таких решений, либо следования такой линии поведения, которая были бы желательны для целей и ценностей общества» [1].

Трактуется данное понятие по-разному: в узком смысле КСО означает своевременную выплату заработной платы рабочим, уплата налогов, поведение в рамках законодательства. В широком смысле КСО предполагает добровольный вклад бизнеса в развитие общества во всех его сферах, чаще всего не связанных напрямую с основной деятельностью компании.

В своей работе «корпоративная социальная ответственность» Э.М. Коротков дает такое определение: «КСО – реализация интересов компании посредством обеспечения социального развития ее коллектива и активного участия компании в развитии общества».

Пагубное влияние на окружающую среду, которое возникло в результате деятельности промышленных предприятий в глобальном масштабе, заставило задуматься все бизнес-сообщество и вынудило принять необходимые меры для сохранности природы и окружающей среды. Вследствие чего была разработана программа корпоративной социальной ответственности.

Несмотря на очевидную схожесть понятий, их трактовка в российском бизнесе отличается от

мировой практики. Например, чаще всего КСО ассоциируется только с благотворительностью, во время как она является только частью социальной ответственности предприятия перед обществом. Конечной целью КСО, так или иначе, является капитализация бизнеса, а благотворительность – добровольное, бескорыстное пожертвование. Отличительная черта КСО – ориентация на долгосрочную перспективу и двухстороннюю пользу от мероприятий как для общества, так и для предприятия.

Еще одним отличием является направление деятельности КСО: на западе приоритетными направлениями являются экономика, экология и социальная политика. КСО в России на сегодняшний день ориентирована на внутреннюю политику отдельно взятого предприятия. Это, естественно, характеризует предприятия с хорошей стороны, но необходимо уделять равноценное внимание и на внешнюю социальную политику.

КСО имеет несколько направлений деятельности (рис. 1).

Данные сферы жизни общества наиболее нуждаются в поддержке со стороны бизнеса, а именно: создание рабочих мест, выплата заработных плат, создание качественной продукции, соблюдение действующего законодательства и т. д.

В литературе встречаются различные варианты деления уровней социальной ответственности. Один из вариантов деления КСО – это деление на три уровня. Микроуровень: характеризуется ответственностью перед персоналом, потребителями, поставщиками, партнерами и т. д. Сюда же входят различные программы социальных льгот для сотрудников, такие как: медицинское страхо-

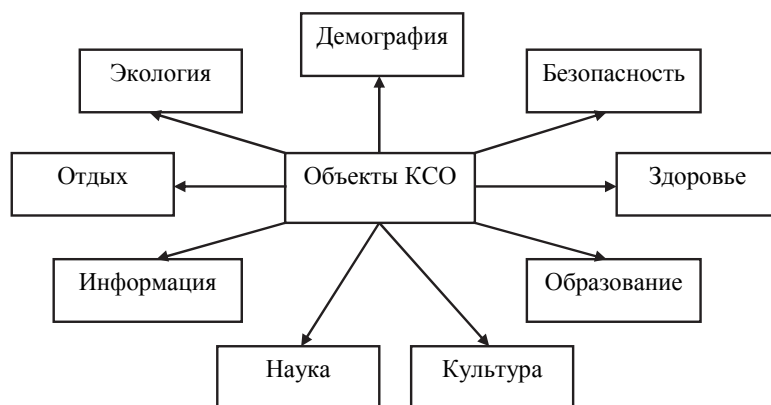


Рис. 1. Объекты КСО

вание, организация питания, доставка транспортом, корпоративные скидки и т. д. Мезоуровень: ответственность перед местными сообществами, т. е. на уровне отдельных территорий (регион, округ, область, край). Макроуровень: ответственность перед государством [2].

Проведение комплекса различных социальных программ характеризует уровень социальной активности предприятия. Программы должны быть связаны с миссией и стратегией компании, проведение их должно быть добровольным и носить системный характер.

В настоящее время существует несколько устоявшихся моделей КСО, которые исторически формировались в той или иной стране под влиянием экономики и общества [5]: американская, европейская и азиатская модели.

У каждой из моделей есть свои особенности, а именно степень участия государства в регулировании КСО и участие предприятия в благотворительности.

Российская модель КСО еще только формируется, так как КСО в России стала развиваться лишь только в последнее десятилетие. Существуют факторы, тормозящие создание единой модели.

Как правило, выделяют три основные группы причин, препятствующих развитию корпоративной социальной ответственности в России [7]:

- политические;
- социальные;
- географические.

К политическим относится отсутствие опыта государства для решения такого рода проблем. В настоящее время на законодательном уровне не регулируется деятельность компаний в области КСО.

К социальным причинам относят социальные проблемы, оставшиеся после развала СССР. Например, высокий уровень бедности в регионах.

К географическим причинам относится проблема отдаленности населенных пунктов, в частности, в Сибири и на Дальнем Востоке.

Если сравнивать европейскую и российскую модель КСО, то одним из основных направлений деятельности корпоративной социальной ответственности в Европе и на Западе являются права человека. Большое внимание уделяется повышению квалификации молодежи и созданию дополнительных рабочих мест. Европейская модель КСО также характеризуется вовлечением бедных слоев населения и сотрудников-пенсионеров в деятельность организации [4]. Смысл заключается в том, что пенсионеры представляют интересы компании на различных мероприятиях, но при этом зарплату они не получают, но организация компенсирует все затраты на переезд, питание, проживание. Таким образом, сотрудники не чувствуют себя «забытыми» и ведут активную социальную жизнь и в то же время приносят пользу компании.

На российских предприятиях тенденции поддержки молодежи и пенсионеров находятся только в стадии развития. В некоторых крупных компаниях создаются локальные некоммерческие пенсионные фонды для обеспечения бывших сотрудников достойным уровнем оплаты пенсий. Привлечением молодых специалистов занимаются, в основном, в инженерных компаниях, где требуются специалисты с техническим образованием. Их цель – принять на работу молодого выпускника института и вырастить грамотного специалиста для своего предприятия. Но реальность такова, что выпускнику других специальностей достаточно проблематично найти работу, так как одно из основных требований большинства работодателей – опыт работы. В связи с этим молодым и перспективным специалистам приходится искать работу за рубежом, где успешным соискателям всегда рады предоставить рабочее место.

Наглядно сравнительный анализ моделей КСО представлен в табл. 1.

По данным Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП) большая часть российских крупных предприятий уже используют

Таблица 1

Сравнительный анализ моделей КСО		
Индикатор	Европа и Великобритания	Россия
Ключевые стейкхолдеры	– Персонал; – потребители; – государство; – акционеры	– Государство; – собственники; – персонал; – потребители
Движущие механизмы развития КСО	– Сами компании; – СМИ и общество в целом; – государство	– Государство; – сами компании; – СМИ и общество в целом
Роль некоммерческих / неправительственных организаций	– Оказывают существенное влияние на бизнес; – являются одним из драйверов развития инициатив в сфере КСО; – имеются эффективные механизмы влияния на общественное мнение, которые сказываются на бизнес-приоритетах	– Сравнительно немногочисленны, оказывают относительно слабое влияние на бизнес; – в большей степени являются помощниками, нежели двигателями КСО; – не оказывают достаточного влияния на социум; общество не осведомлено о ключевых тенденциях развития КСО
Тенденции социальной отчетности (СО)	– Подготовка и публикация СО и отчетов об устойчивом развитии иницируется самим бизнесом; – стандарты СО хорошо адаптированы и широко применяются в бизнес-сообществе; – СО ориентирована на большинство стейкхолдеров компании	– СО находится на начальном этапе развития, достаточно редко иницируется в компаниях; – стандарты СО относительно неразвиты, существует непонимание механизмов влияния и перспектив развития СО для бизнеса; – ориентирована на государство и акционеров/инвесторов, в меньшей степени на общество

КСО, так как хорошо понимают, что помощь обществу и забота об окружающей среде, в которой мы все существуем, не только правильно с точки зрения морали, но и хорошие инвестиции для компании в будущем [8]. Например, предприятие, реализующая те или иные социальные программы, улучшает свой имидж, ее продукция или услуги становятся популярнее, привлекаются новые клиенты. Или предприятие занимается защитой окружающей среды посредством установки очистительных сооружений или занимаясь вторичной переработкой, тем самым оптимизирует свои затраты (табл. 2).

Что касается внутренней среды предприятия, то наибольшее внимание уделяется персоналу. В 2015 году уровень затрат на развитие персонала вырос, по сравнению с прошлым годом, с 48,7 до 53,3 %. Также выросли затраты на не менее актуальное направление деятельности КСО – природохранение и ресурсосбережение. В 2015 году затраты составляют 17,3 %, а в 2014 г находились на уровне 14,8 %. На здоровье работников и условий труда затраты снизились, если сравнивать с 2014 годом. В 2014 году затраты составляли 14,9 %, в 2015 году – 12,1 %. Также сократились затраты на развитие местных сообществ с 13,2 до 10,5 %. Затраты на добросовестную деловую практику в отношении потребителей и партнеров снизились с 6,4 до 5,4 % и с 1,8 до 1,4 % соответственно. На

рис. 2 показаны затраты (в %) на основные направления деятельности корпоративной социальной ответственности на российских предприятиях.

Существует множество мнений как «за», так и «против» КСО, ниже приведены некоторые из них (табл. 3).

Известный американский экономист Милтон Фридман писал: «Есть только одна ответственность бизнеса - использовать свои ресурсы и заниматься тем, что увеличивает прибыль, до тех пор, пока эти занятия находятся в рамках правил игры» [6].

Конечно, если смотреть с разных точек зрения, все аргументы будут верны. По нашему мнению, практика КСО в России, безусловно, нужна, как с моральной стороны, так и с материальной. Но на данный момент российская модель КСО еще формируется, а сама социальная ответственность в большей мере направлена на внутреннюю среду предприятия. Необходимо осуществить переориентацию деятельности, в том числе и на внешнюю среду путем создания налоговых льгот, к примеру, либо особой системы кредитования социально ответственных предприятий или любые другие мероприятия со стороны государства. Кроме того, разработать конкретную систему оценки КСО для более точного определения уровня социальной ответственности предприятия.

Программы КСО российских компаний

Организация	Программа
Газпром	– Учреждение научных общественных организаций и фондов (Высший инженерный совет РФ); – при поддержке «Газпрома» ежегодно присуждается международная премия «Глобальная энергия» – развитие российского высшего образования; – программа поддержки детей и юношества «Газпром-детям» [10]
Альфа-Банк	– Поддержка национального искусства; – организация театральных фестивалей, выставок [11]
Мегафон	– Защита окружающей среды; – энергосбережение и энергоэффективность; – ресурсосбережение и утилизация отходов [9]

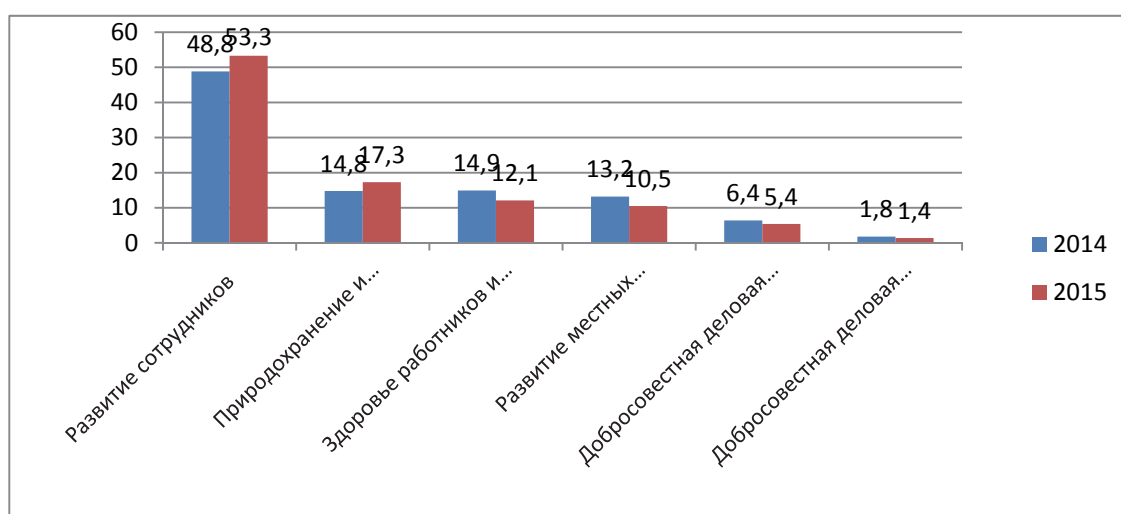


Рис. 2. Направления деятельности КСО на российских предприятиях

Таблица 3

Аргументы «За» и «Против» КСО

Аргументы «За»	Аргументы «Против»
Благоприятные долгосрочные перспективы для бизнеса, получение прибыли в долгосрочной перспективе	Нарушение принципа максимизации прибыли
Позитивный имидж компании	Расходы переносятся на себестоимость готовой продукции, услуг
Моральное обязательство ответственного поведения	Недостаточный уровень отчетности для публики

### Литература

1. Мореева, Е.В. Основные подходы к определению понятия «социальная ответственность бизнеса» / Е.В. Мореева // Вестник университета управления. – 2008. – № 5.

2. Перегудов, С.П. Корпоративное гражданство как новая форма отношений бизнеса, общества и власти / С.П. Перегудов, И.П. Семененко. – М.: ИМЭМО РАН, 2006.

3. Короткова, Э.М. Корпоративная социальная ответственность / Э.М. Короткова, О.Н. Александрова, С.А. Антонов. – М.: Юрайт, 2013. – 445 с.

4. Бакиа, Н.В. Корпоративная социальная ответственность / Н.В. Бакиа, А.А. Данилюк. – Тюмень, 2013. – 289 с.

5. Семенов, А.К. *Этика менеджмента: учеб. пособие* / А.К. Семенов, Е.Л. Маслова. – М.: Дашков и К., 2007.

6. Литовченко, С.Е. *Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка; Ассоциация менеджеров* / С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. – М.: 2003. – 208 с.

7. Киварина, М.В. *Корпоративная социальная ответственность* // *Экономический журнал*. – 2011. – № 23. – <http://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost>

8. *Спонсорская программа поддержки социально-значимых событий «Золотое сердце»*. – [http://www.goldenheart.ru/art\\_15.shtml](http://www.goldenheart.ru/art_15.shtml)

9. *Официальный сайт ПАО «МегаФон»*. 2006–2015. – <http://chel.corp.megafon.ru/sotsialnaya-otvetstvennost/>

10. *Официальный сайт ПАО «Газпром»*. 2003–2015. – <http://www.gazprom.ru/social/>

11. *Официальный сайт «Альфа-банк»*. 2001–2015. – <https://alfabank.ru/chelyabinsk/about/society/>

Курапова Алина Олеговна. Студент магистратуры, Институт экономики отраслей, бизнеса и администрирования, Челябинский государственный университет (г. Челябинск), [alinakoorap@mail.ru](mailto:alinakoorap@mail.ru)

Поступила в редакцию 27 апреля 2016 г.

DOI: 10.14529/em160314

## CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY THEORY. ESSENCE AND DIFFERENCES OF CSR IN RUSSIA AND ABROAD

A.O. Kurapova

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russian Federation

In the article the author considers the term of Corporate Social Responsibility (CSR), both generally and properly. The most appropriate definition of the term is given in the framework of the problem at issue. Despite the similarity of definitions of Corporate Social Responsibility in the world practice and Russia, it is still perceived differently. There are three levels of Corporate Social Responsibility presented in the article: micro-level, meso-level and macro-level. The Russian model of Corporate Social Responsibility is quite different from the European and Western models. There are several reasons why the emergence of Corporate Social Responsibility in Russia is slow and hindered. The Russian model is not developed enough, but many large enterprises have already adopted the system and actively use it for their own and public benefit.

As a conclusion to the work, it follows that CSR is a fairly new phenomenon for the Russian Federation, which is currently underdeveloped and requires appropriate transformations, both from the state and from enterprises.

**Keywords:** theory of social responsibility, corporate social responsibility, CSR models, CSR programs, levels of responsibility, Russian model of CSR, CSR fields of concern, field of CSR.

### References

1. Moreeva E.V. [Basic approaches to the definition of the concept of “social responsibility of business”]. *Vestnik universiteta upravleniya* [Bulletin of the University of Management], 2008, no. 5. (in Russ.)

2. Peregudov S.P., Semenenko I.P. *Korporativnoe grazhdanstvo kak novaya forma otnosheniy biznesa, obshchestva i vlasti* [Corporate citizenship as a new form of relations between business, society and authorities]. Moscow, 2006.

3. Korotkova E.M., Aleksandrova O.N., Antonov. *Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost'* [Corporate social responsibility]. Moscow, Yurayt Publ., 2013. 445 p.

4. Baksha N.V., Danilyuk A.A. *Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost'* [Corporate social responsibility]. Tyumen', 2013. 289 p.

5. Semenov A.K., Maslova E.L. *Etika menedzhmenta* [Ethics of management]. Moscow, Dashkov i K. Publ., 2007.

6. Litovchenko S.E., Korsakova M.I. *Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa: aktual'naya povestka; Assotsiatsiya menedzherov* [Social responsibility of business: current agenda; Association of managers]. Moscow, 2003. 208 p.
7. Kivarina M.V. [Corporate social responsibility]. *Ekonomicheskij zhurnal* [Economic journal], 2011, no. 23. Available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost>
8. *Sponsorskaya programma podderzhki sotsial'no-znachimykh sobytij «Zolotoe serdtse»* [The sponsorship support program of socially significant events of “Zolotoe serdtse”]. Available at: [http://www.goldenheart.ru/art\\_15.shtml](http://www.goldenheart.ru/art_15.shtml)
9. *Ofitsial'nyy sayt PAO «MegaFon». 2006–2015* [The official website of PJSC “MegaFon.” 2006–2015]. Available at: [http://chel.corp.megafon.ru/sotsialnaya\\_otvetstvennost/](http://chel.corp.megafon.ru/sotsialnaya_otvetstvennost/)
10. *Ofitsial'nyy sayt PAO «Gazprom». 2003–2015* [The official website of PJSC “Gazprom.” 2003–2015]. Available at: <http://www.gazprom.ru/social/>
11. *Ofitsial'nyy sayt «Alfa-bank». 2001–2015* [The official website of “Alfa-Bank.” 2001–2015]. Available at: <https://alfabank.ru/chelyabinsk/about/society/>

**Alina O. Kurapova**, Master’s Degree student, Institute of Branch Economics, Business and Administration, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, [alinakoorap@mail.ru](mailto:alinakoorap@mail.ru)

*Received 27 April 2016*

---

### ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Курапова А.О. Теория корпоративной социальной ответственности. Сущность и отличия КСО в России и за рубежом // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2016. – Т. 10, № 3. – С. 103–108. DOI: 10.14529/em160314

### FOR CITATION

Kurapova A.O. Corporate Social Responsibility Theory. Essence and Differences of CSR in Russia and Abroad. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Economics and Management*, 2016, vol. 10, no. 3, pp. 103–108. (in Russ.). DOI: 10.14529/em160314