

Корпоративная социальная ответственность как доминанта устойчивого развития

О.О. Чудинов

Финансовый университет (Красноярский филиал), Красноярск, Россия

Аннотация

В настоящее время существует мнение, согласно которому бизнес-организации, изначально предназначенные на получение прибыли, становятся нечто большим, чем просто экономические целостности, превращаясь в часть общества и его среды. Их действия уже сегодня оказывают влияние на качество жизни людей, экосистему планеты, а от наиболее крупных компаний начинает зависеть международная геополитическая повестка. Однако до сих пор такое понятие, как корпоративная социальная ответственность, считается отдельной темой ведения бизнеса, способом повышения узнаваемости корпорации, а не как необходимое новому времени воплощение принципа повсеместного применения навыков управления, направленного не только на получение прибыли, но и на всестороннее, системное и комплексное обеспечение устойчивого развития. *Предмет исследования – корпоративная социальная ответственность как доминанта устойчивого развития общества. Цель работы – установление степени влияния крупного бизнеса на глобальные социальные процессы и экосистему Земли.* Рассматриваются доводы о необходимости ведения этической практики как области регулирования корпоративной деятельности, направленной на улучшение условий труда, клиентоориентированности, а также на использование технологических процессов, не оказывающих негативного влияния на биологическое разнообразие планеты и социальную повестку. Приводится ретроспектива эволюции теоретических взглядов на роль и место ответственности бизнеса перед обществом. Делаются выводы о том, что в эпоху антропоценена реализация концепции корпоративной социальной ответственности не только будет служить механизмом формирования положительного имиджа бизнес-организаций, развития персонала, снижения финансовых рисков, но и способствовать удовлетворению ожиданий общества и отвечать его потребностям.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность; устойчивое развитие; антропоцен; экология

Для цитирования: Чудинов О.О. Корпоративная социальная ответственность как доминанта устойчивого развития. Экономика. Налоги. Право. 2024;17(3):96-105. DOI: 10.26794/1999-849X-2024-17-3-96-105

Corporate Social Responsibility as the Dominant Factor of Sustainable Development

O.O. Chudinov

Financial University (Krasnoyarsk Branch), Krasnoyarsk, Russia

ABSTRACT

Currently, there is an opinion that business organizations, originally designed to make a profit, become something more than just economic entities, and turn into a part of society itself and its environment. Their actions are already having an impact on the quality of life of people, the ecosystem of the planet, and the international geopolitical agenda is beginning to depend on the largest companies. However, until now, such a concept as corporate social responsibility is considered a separate strategic approach to doing business, a way to increase corporate awareness, and not as a necessary new time embodiment of the principle of widespread use of management skills aimed not only at making a profit, but also at comprehensive, systematic and integrated sustainable development of the world, to ensure sustainable development of business and society as a whole. *The subject of the research is corporate social responsibility as the dominant factor of sustainable development of society. The purpose of the work is to establish the degree of influence of large business on global social processes and the Earth's ecosystem. The arguments on the need for ethical practice as an area of regulation of corporate activities aimed at improving working conditions, customer orientation, as well as the use of technological processes that do not have a negative impact on the biological diversity of the planet and*

the social agenda are considered. A retrospective of the evolution of theoretical views on the role and place of business responsibility to society and its impact on sustainable development is presented. It is concluded that in the era of the Anthropocene, the implementation of the concept of corporate social responsibility will not only serve as a mechanism for forming a positive image of business organizations, staff development, reducing financial risks, but also contribute to meeting the expectations of society and meet its needs.

Keywords: corporate social responsibility; sustainable development; anthropocene; ecology

For citation: Chudinov O.O. Corporate social responsibility as the dominant factor of sustainable development. *Ekonomika. Nalogi. Pravo = Economics, taxes & law.* 2024;17(3):96-105. (In Russ.). DOI: 10.26794/1999-849X-2024-17-3-96-105

ВВЕДЕНИЕ

Вторая половина XX в. ознаменовалась вхождением человечества в эпоху антропоцен¹ — периода наиболее сильного влияния людей и их деятельности на окружающий мир [1, с. 28–31].

Случайно или нет, но именно в это время в научном сообществе впервые начинает применяться термин «корпоративная социальная ответственность», предложенный американским экономистом Говардом Ротманом Боузном (*Howard Rothmann Bowen*; 1908–1989) в книге «Социальная ответственность бизнесмена» (*Social Responsibilities of the Businessman*) [2, с. 33; 3, с. 3–24], вследствие происходивших в то время процессов: мощного рывка в технологическом развитии, демографического взрыва и роста уровня образования населения. Начался этап не-бывалой ранее высокой человеческой активности и ее влияния на экосистему Земли: от кратного повышения производительности труда (за счет использования в производственных процессах электронных вычислительных машин при увеличении потребления природных ресурсов) до первых испытаний ядерного оружия.

Одними из ведущих акторов в этих процессах становятся транснациональные компании и корпорации, а их политика и приоритеты начинают оказывать прямое влияние на развитие экосистем и социальные процессы. В складывающихся условиях их деятельности, с одной стороны, позволяет бизнесу получать сверхприбыли на основе долгосрочного планирования — на десятки лет вперед, а с другой стороны, в погоне за «золотым тельцом» некоторые из них начинают попирать принципы

социальной справедливости и экологической безопасности и в угоду получения доходов ущемляют права незащищенных категорий населения или даже целых стран, как правило колоний или так называемого третьего мира.

Так, британская корпорация *Unilever*, одна из крупнейших в мире производителей товаров повседневного спроса, в результате лесозаготовительных работ и добычи пальмового масла уничтожила более половины тропического леса третьего по величине острова мира Борнео [4]. Известен также случай, когда деятельность корпорации *Shell*, осуществлявшей 80% добычи нефти в Нигерии, привела к политическому, моральному и социальному кризису целого государства. Произошло это, когда нигерийского поэта Кена Саро Вива (*Ken Saro Wiwa*) и еще восемь человек казнили по приказу правительства из-за того, что они протестовали против деятельности корпорации². В ходе расследования был установлен факт финансирования диктаторского режима в этой стране компанией *Shell* [5, с. 106].

Такие необдуманные и эгоцентричные действия бизнеса, несомненно, порождали протестные настроения среди работников, клиентов, партнеров по бизнесу и неравнодушных граждан. Причем социальные брожения отмечались не только в странах-жертвах, но и самих «бенефициарах» ввиду того, что резкий рост уровня образования в западных странах во второй половине XX в. позволил не только сформировать множество высококвалифицированных специалистов, но и способствовал осознанию населением имеющихся социальных и экономических проблем. Как следствие, корпорациям пришлось сталкиваться с давлением гражданского общества вследствие раскрытия негативной информации о деятельности коммерческих структур в СМИ, а так-

¹ Термин «антропоцен» (др.-греч. ἄνθρωπος — «человек» + др.-греч. καινός — «новый») — по аналогии с общепринятым термином «голоцен» (эпоха, продолжающаяся последние 12 тысяч лет) — широко популяризован специалистом в химии атмосферы Нобелевским лауреатом Паулем Крутченом.

² Никитина Л. М. Борзаков Д. В. Корпоративная социальная ответственность. Ростов н/Д: Феникс; 2015. С. 54.

же ростом требований и протестных настроений трудовых слоев населения.

Информацию об оказании влияния общества на крупные организации можно найти в труде американского экономиста Майкла Мэскона (*Michael Mescon; 1931–2017*) «Основы менеджмента», где утверждается, что именно в 1960-х гг. в общественном сознании стало складываться негативное отношение к бизнесу. По мнению ученого, оно было обусловлено необходимостью защиты гражданских прав; ростом интереса к военным действиям США в других странах; возникающими проблемами в сфере окружающей среды, а также в результате овладения трудовыми массами идеей консюмеризма (англ. *Consumerism* от *consumer* — потреблять), приведших к возникновению социального движения в защиту прав покупателей [6, с. 126–127].

В такой ситуации реализация многих бизнес-идей стала невозможной без выстраивания системного взаимодействия предпринимателей и общества. В противном случае отсутствие такой работы вначале оказывало негативное действие на имидж компании, а затем и на ее прибыль. Становилось понятным, что этические основы в бизнес-процессах начинают становиться не просто определяющими, но базовыми при выработке любого управленческого решения. Начинает проявляться явная зависимость корпоративного планирования от социальных, политических и экологических потребностей общества. Таким образом, корпорации превращаются в нечто большее, чем просто экономические целостности — они становятся неотделимыми элементами процессов развития общества и государства, деятельности по достижению национальных целей и сохранению глобальных природных ресурсов. И наша страна не является в этом процессе исключением. Так, в Послании Президента Российской Федерации В. В. Путина Федеральному Собранию от 29 февраля 2024 г. приведены задачи, касающиеся поступательного развития социальной сферы и развития бизнеса, а в Указе Президента Российской Федерации от 21.07.2020 № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» к одним из ведущих направлений деятельности государства отнесены «Достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство», «Сохранение населения, здоровье и благополучие людей», «Комфортная и безопасная среда для жизни». Перечисленные задачи, безусловно, будут достигаться во взаимодействии с представителями

коммерческого сектора с единовременным повышением социальных и экологических требований к осуществлению бизнес-процессов.

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОСМЫСЛЕНИЕ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА И ЕГО РОЛИ В СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ

Влияние крупных промышленных корпораций на уровень жизни населения, социально-трудовые отношения и окружающую среду на системном уровне с помощью метода моделирования процессов с использованием ЭВМ было выявлено полвека назад. Так, в Массачусетском технологическом университете (Кембридж, штат Массачусетс, США) в 1972 г. вышла монография «Предел роста» [7], где освещались проблемы зависимости роста населения от особенностей промышленного развития. При этом авторами монографии были сделаны расчеты влияния бизнес-структур на эти процессы. Согласно представленным данным если корпорации не будут придерживаться соблюдения социальных и экологических принципов ведения бизнеса и в погоне за сиюминутной выгодой откажутся от обеспечения устойчивого развития, это может приводить в долгосрочной перспективе к снижению уровня здоровья и благосостояния населения всей планеты, истощению невозобновляемых ресурсов, а следовательно, к социальному, энергетическому и финансовому кризисам. Заслуживает интереса тот факт, что расчетные данные ученых практически совпали с тем, что впоследствии произошло в реальной жизни десятилетия спустя.

В это же время сначала в научный оборот, а затем в лексикон представителей бизнеса вводятся такие всем сегодня известные термины, как «стейкхолдер» и «будущие поколения» [8]. Так, термин «стейкхолдер» (или «заинтересованная сторона») был впервые применен на одной из конференций в апреле 1963 г. При подготовке доклада о значении и роли лиц, которые могут влиять на установленные корпорациями цели, у Роберта Стюарта (*Robert Stewart*), Найта Аллена (*Knight Allen*) и Марион Дошер (*Marion Doscher*) возник вопрос о том, как называть этих лиц. И тогда Дошер предложила воспользоваться старым шотландским словом «стейкхолдер», обозначающим человека, имеющего законное основание претендовать на что-либо ценное [9, с. 68]. В 1970-х гг. американ-

ским профессором менеджмента и специалистом в области теории систем Расселом Линкольном Акоффом (*Russell Lincoln Ackoff*; 1919–2009) было предложено расширить дефиницию термина «стейкхолдер». К заинтересованным сторонам он предложил причислить нового участника — будущие поколения. По мнению исследователя, необходимо учитывать лиц, которые еще не появились на свет, для того, чтобы управляющие не могли принимать решения, приводящие к ограничению прав или снижению качества жизни потомков [8, с. 7]. В 1980-х гг. теория заинтересованных сторон, исследующая взаимоотношения групп и индивидов, заинтересованных в деятельности конкретных фирм, сменяется более детализированной и подкрепленной уже полученным практическим опытом взаимодействия корпораций со стейкхолдерами концепцией заинтересованных сторон, разработанной профессором университета Виргинии Робертом Эдвардом Фрименом (*R. Edward Freeman*; 1951 — н.в.), который подробно раскрыл ее положения в своем труде *Strategic Management: A stakeholder approach* («Стратегический менеджмент: роль заинтересованных сторон») [9]. Основной идеей автора стало положение о том, что задача менеджеров сводится не только к управлению компанией в интересах ее владельцев и акционеров, но и всех, без исключения, заинтересованных сторон [11, с. 30]. Такое положение он обуславливает тем, что в форме неформальной коалиции стейкхолдеры могут оказывать серьезное влияние на деятельность бизнес-структур.

Также стоит отметить, что в 1980-х гг. концепция корпоративной социальной ответственности (далее — КСО) стала обрасти нормативными характеристиками, что было вызвано в первую очередь необходимостью объяснения того, почему корпорации должны заниматься социальной ответственностью, каково должно быть содержание таких практик и какие могут быть механизмы их законной реализации. Но уже 1986 г. Вильям Фредерик (*William C. Frederick*) отметил, что при выполнении установленных нормативов и правил последователи КСО забывали о моральных принципах и ценностях и, как следствие, часто оказывались в логическом тупике. Вильям Фредерик также отмечает, что критерием моральной корректности поведения бизнеса в современном мире становятся не общие представления об ответственности, а ее различные отражения в этической культуре

конкретного общества. Например, они могут быть индивидуальны для христианского, марксистского или гуманистического обществ, каждое из которых имеет свои взгляды на то, каким должен быть бизнес [12, с. 130–134]. Таким образом, даже на современном этапе развития бизнеса, характеризующемся значимой ролью правового регулирования, можно сделать вывод о том, что важность природы человеческих отношений остается ключевой в решении социальных вопросов.

Еще одним важным событием в теоретическом осмыслении ответственности бизнеса и его роли в социально-экономических процессах является введение в научный оборот в 1987 г. термина «процесс корпоративной социальной политики», под которым его автор Эдвин М. Эпштейн (*Edwin M. Epstein*) подразумевает процесс, при котором корпоративная социальная ответственность идет рука об руку с корпоративной социальной восприимчивостью [13]. Под содержанием восприимчивости при этом понимается учет интересов общества, при котором корпорация берет на себя ответственность за влияние своей деятельности на покупателей, поставщиков, сотрудников, акционеров, местные сообщества и прочих стейкхолдеров, а также за окружающую среду. Иначе говоря, за то, что выходит за рамки нормативно-правовой деятельности.

Стоит также упомянуть теорию «корпоративной совести» (2006 г.) профессора колледжа бизнеса Университета Св. Фомы (Миннесота, США) Кеннета Е. Годпастера (*Kenneth E. Goodpaster*). Автор «Анатомии духовного и социального сознания корпорации» приводит положение, согласно которому корпорация является субъектом морали и подразумевает наличие у менеджеров равных этических обязательств по отношению ко всем заинтересованным сторонам. Основная идея этой теории заключается в том, что в процессе управления организацией менеджер должен оперировать не только экономическими категориями, но также действовать согласно своему духовному и социальному сознанию, вводя его в ранг своих убеждений [14]. В настоящее время отечественный исследователь Л. М. Никитина предлагает похожую теорию. По ее мнению, одной из основополагающих линий исследования КСО являются так называемые адресаты ответственности, к которым она относит субъекты ответственности, — государство, человека, его будущее, разум и потребности, имеющиеся у человечества

ресурсами и некоторую трансцендентальную сущность, т.е. Бога и бытие в целом³.

Кроме того, начиная с 1990 г. и по настоящее время развиваются такие теории, как «концепция корпоративного гражданства» и «концепция устойчивости», а в 2004 г. появляется термин *ESG*, который дословно расшифровывается как экологическое (*environmental*), социальное (*social*) и корпоративное управление (*corporate governance*). Уже само название последней составляющей *ESG* свидетельствует о том, что социальные и экологические показатели рассматриваются на одном уровне с результатами управленческой деятельности. При этом социально-экологические эффекты, наравне с возможной доходностью, стали учитываться при принятии инвестиционных решений [15]. Следует также упомянуть, что современная концепция *ESG* сегодня опирается на 17 целей устойчивого развития, предложенных ООН 25 сентября 2015 г.

СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЕ ВЛИЯНИЕ

Тема социальной ответственности бизнеса и ее роли в обеспечении устойчивого развития начинает приобретать особую актуальность под воздействием роста социальных потребностей общества, возникновения глобальных экологических проблем, повышения требований к условиям труда со стороны персонала, возросших требований к многообразию и качеству товаров и услуг у населения, а также поступательного развития теории менеджмента, международного права и управленческой практики.

В то же время нельзя утверждать, что вопросы социальной ответственности впервые начали подниматься только во второй половине XX в. Предтечей появления потребностей в устойчивом развитии, пусть и в примате своего содержания, стали не только перечисленные события, но и сама социальная природа человека. Если обратить внимание на то, как проходила социокультурная детерминация общества, можно убедиться в том, что еще первобытно-общинному строю было свойственно ответственное поведение людей по отношению друг к другу и своим обязанностям — это было условием выживания в сложных условиях. Разумеется, о разнообразном и широком влиянии

таких небольших групп на социальную и тем более экологическую сферу, культурные и этнические традиции, морально-нравственные устои и идеолого-политические установки говорить не приходится. Да и о корпорациях речи тогда идти не могло. Но не стоит забывать, что развитие — это длительный и сложный процесс. Однако и в этом случае первобытно-общинный строй уже являлся полноценным социумом, пусть и с простейшими традициями, культурой и установленными порядками, так же как корпорация, представляющая собой объединение людей с распределенными ролями.

Можно возразить, что в разное время существовали различные, часто полярные взгляды и убеждения (экономические, моральные и политические) не только практиков, но и представителей научных школ, касающиеся роли и значения социальной ответственности. Но нельзя отрицать и того факта, что ни в одном государстве сегодня нет легализованного рабства, а вопросы решения экологической повестки, социальной справедливости и гуманизации труда поставлены на контроль всеми странами мира. Возможно, это вызвано тем, что «человек научается ценить общежитие не только как средство, необходимое для жизни, но и как путь к прекрасной и достойной жизни и, наконец, как самостоятельную ценность. Общество людей прочно и сильно только взаимной поддержкой, общей солидарностью; постепенно эта связь и взаимная поддержка, в которой один борется за всех и все защищают одного, скрепляет людей более глубоким образом, — взаимным влечением и взаимною любовью. Развитие, углубление и одухотворение этой связи и этого чувства являются высшей задачей, идеалом совместной жизни людей» [16, с. 72].

В настоящее время в процессах формирования политики устойчивого развития активное участие принимают не только представители социальных институтов и сам бизнес, но и органы государственной власти. Так, в 1987 г. в Монреале был подписан протокол *The Montreal Protocol on Substances That Deplete the Ozone Layer* («Монреальский протокол по веществам, разрушающим озоновый слой»), в котором упоминается о том, что крупные корпорации должны увеличивать затраты на социальную и экологическую деятельность ради сохранения полноценной жизни на Земле. В этом же году при содействии ООН впервые был применен термин «устойчивое развитие» [17]. Десять лет спустя, в 1997 г., был подписан Киотский протокол, представляющий собой

³ Никитина Л.М. Борзаков Д.В. Корпоративная социальная ответственность. Ростов н/Д: Феникс; 2015. С. 12.

международное соглашение, уже не рекомендующее, а обязывающее развитые страны и страны с переходной экономикой сокращать или стабилизировать выбросы парниковых газов⁴. В 2002 г., в докладе Генерального секретаря ООН Кофи Аннана (*Kofi Atta Annan; 1938–2018*) «Разработка руководящих принципов относительно роли и социальной ответственности частного сектора» было отмечено, что «наличие у крупных предприятий определенного манифеста о корпоративной социальной ответственности становится непременным условием успешной коммуникации и стратегии связей с общественностью» [18]. В 2015 г. Генеральной ассамблеей ООН в качестве «плана достижения лучшего и более устойчивого будущего для всех» было обозначено 17 целей устойчивого развития и определено 169 задач, которые необходимо для этого решить⁵.

В нашей стране одним из наиболее значимых шагов власти в этом направлении был прозвучавший на XIII съезде РСПП в 2003 г. призыв к социально ответственному поведению бизнеса Президента Российской Федерации В. В. Путина. Всего через год после его обращения Российской союзом промышленников и предпринимателей была принята «Социальная хартия российского бизнеса», ставшая сводом правил ответственной деловой практики и отвечающая задачам устойчивого развития, действующая по сей день [19, с. 29].

Что касается развития ESG-повестки, то в 2022 г. В. В. Путиным было поручено «Правительству РФ рассмотреть вопрос об определении критериев отнесения инвестиционных проектов к числу проектов, отвечающих требованиям концепции экологической, социальной и корпоративной ответственности (ESG), а также о принятии мер государственной поддержки участникам таких проектов»⁶. До этого в Минэкономразвития России заявили о готовности разработать национальный ESG-стандарт в дополнение к уже принятым в России документам для поддержки зеленых проектов⁷.

⁴ Киотский протокол к рамочной конвенции организации объединенных наций об изменении климата. Официальный текст на русском языке. ООН; 1998. 26 с.

⁵ Цели устойчивого развития. URL: <http://www.unido.ru/overview/mdg>.

⁶ Перечень поручений по итогам встречи с членами Общероссийской общественной организации «Деловая Россия» (утв. Президентом РФ 26.04.2022 № Пр-740).

⁷ Путин поручил рассмотреть вопрос о поддержке инвестиционных проектов, отвечающих критериям ESG. URL: <https://tass.ru/ekonomika/14498597>.

Важно учитывать, что эти требования связаны не с чьим-либо лоббизмом, желанием увеличить налоговую нагрузку для пополнения бюджета либо повысить бюрократизацию госаппарата. Эти требования обусловлены возникшими неизбежными экологическими процессами, сокращением невозобновляемых ресурсов, возможным энергетическим кризисом в ближайшем десятилетии — вполне реальными рисками для будущих поколений.

Таким образом, не сам бизнес, а условия хозяйственной деятельности и ее влияние на социальные и экологические процессы определяют необходимость ведения любого дела, придерживаясь принципов ответственности. Здесь будет уместно привести цитату профессора Чикагского университета Лойолы (*Loyola University Chicago, USA*) Гомера Джонсона (*Homer H. Johnson*): «Мы должны дышать, чтобы жить, однако мало кто рассматривает дыхание в качестве единственной цели своей жизни. Также бизнес существует для цели, более высокой, чем получение прибыли, — прибыль же, подобно дыханию, позволяет бизнесу достигать этой цели» [20].

Учитывая рассмотренные концепции, получившие широкий отклик и признание как в научной, так и прикладной сферах, можно прийти к выводу о том, что безнадежно устарел следующий постулат Милтона Фридмана (*Milton Friedman; 1912–2006*), получившего в 1976 г. Нобелевскую премию по экономике: «борьба с бедностью — функция не частного бизнеса, а только государства. Наше дело зарабатывать деньги для акционеров и клиентов в рамках закона. Других обязанностей у нас нет. Мы платим налоги и больше ничего никому не должны» [21, с. 132].

ПРАКТИЧЕСКОЕ ВОПЛОЩЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

С учетом вышеизложенного можно утверждать, что от степени ответственности корпораций как никогда ранее в истории человечества начинают зависеть качество жизни общества, определение социальной повестки государства, выполнение целей международной экологической политики, а также устойчивое развитие в целом. Как у бизнеса, так и у его внешней среды, все болееочно формируется мнение, согласно которому предприятия становятся нечто большим, чем просто экономические целостности. Теперь они — часть окружения, включающего множест-

во составляющих, от которых зависит и само его существование.

В нынешней реальности ответственное поведение коммерческих структур воплощается в таких направлениях деятельности, как:

1) развитие социальной, транспортной и энергетической инфраструктуры в регионах присутствия;

2) сохранение и возобновление природных ресурсов;

3) разработка новых и развитие существующих технологий энерго- и ресурсосбережения, их внедрение в производственные процессы;

4) защита прав работников, социальное развитие персонала, улучшение условий труда;

5) предоставление качественных товаров и услуг без преувеличения их свойств, соблюдение условий их ценовой и количественной доступности;

6) развитие гражданского общества посредством реализации программ поддержки образования, медицины, защиты прав человека.

7) поддержка и сохранение культуры, традиций и национальных особенностей местных жителей;

8) помочь органам власти в решении социальных и экологических проблем;

9) реализация и развитие программ волонтерства [22; 23].

Стоит отметить, что передовые управленческие практики позволяют трансформировать перечисленные направления деятельности в полноценный механизм взаимовыгодного партнерства бизнеса, государства и общества [24]. Обуславливается это

тем, что осуществление такой работы позволяет не только укреплять имидж, повышать лояльность персонала и клиентов, располагать к себе местное сообщество, партнеров по бизнесу и органы власти [25; 26, с. 63], но и привлекать новых инвесторов, получать инновационные производственные и управленические технологии, предлагать уникальные товары и услуги, в которых нуждается общество, занимать «пустые ниши» или выходить на новые рынки [27; 28].

ВЫВОДЫ

Ошибочно понимать под корпоративной социальной ответственностью некий вид модной благотворительности, нишевое направление менеджмента, форму маркетинга, PR-инструмент или дополнительные, навязанные обязанности, которые необходимо выполнять бизнесу в ущерб получению прибыли. Становится очевидным, что система КСО включает как сами организации, так и заинтересованные стороны, определяет принципы взаимодействия предприятий со стейкхолдерами, а также уровни и сферы ответственности бизнеса за результаты своей деятельности.

Теоретическое переосмысление рассматриваемого явления позволяет понять, что реализация КСО в эпоху антропоцене может не только служить инструментом улучшения репутации, развития персонала компании, укрепления организации в целом, но и способом совместного решения социальных и экологических вопросов, достижения общегосударственных целей, повышения качества жизни населения, сохранения природы, ее биологического разнообразия и ресурсов для будущих поколений.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Ранкс К. Время людей. *Популярная механика*. 2017;(7):28–31.
2. Палацци М., Старчер Дж. Корпоративная социальная ответственность и успех в бизнесе. *Менеджмент*. 1998;(7):33.
3. Благов Ю.Е. Генезис корпоративной социальной ответственности. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8*. 2006;(2):3–24.
4. Иконникова В., Соснюк К. Проблемы регулирования производства пальмового масла на макроуровне. *Мировое и национальное хозяйство*. 2020;50(1):6–7.
5. Гурьева О. Ю. Корпоративная социальная ответственность как важнейшая современная социально-экономическая категория. *На пути к гражданскому обществу*. 2015;(4):105–108.
6. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Вильямс; 2008. 672 с.
7. Meadows D.H., Meadows D.L., Randers J., Behrens W. W. *The limits to growth: a report for the club of rome's project on the predicament of mankind*. NY.: Universe Books; 1972. 205 p.
8. Тополева Е. Взаимодействие с заинтересованными сторонами: методическое руководство для НКО. М.; 2008. 48 с.

9. Freeman R. Edward. My own book review. strategic management: a stakeholder approach. *Management*. 2022;25(1): 67–69.
10. Freeman R. E. Strategic management: a stakeholder approach. Boston: Pitman; 1984. 275 p.
11. Манайкина Е. С. Управление проектами в компании с учетом принципов концепции устойчивого развития. М.; РЭУ им. Г.В. Плеханова; 2015. С. 30.
12. Frederick W. C. Toward CSR-3: Why ethical analisys is indispensable and unavoidable in corporate affairs. *California management review*. 1986;18(2):126–141.
13. Epstein E. The corporate social policy process: beyond business ethics, corporate social responsibility, and corporate social responsibility. *California management review*. 1987;24(3):53–63.
14. Годпастер К.Е., Холлоран Т. Е. Анатомия духовного и социального сознания корпорации: кейс Medtronic, Inc. *Российский журнал менеджмента*. 2006;4(4):99–118.
15. Вострикова Е. О., Мешкова А. П. ESG-критерии в инвестировании: зарубежный и отечественный опыт. *Финансовый журнал*. 2020;12(4):117–120.
16. Ильин И. А. Сильная власть. Русская идея. М.: Эксмо; 2017. 704 с.
17. Перекрестов Д. Г., Поварич И. П., Шабашев В. А. Корпоративная социальная ответственность: вопросы теории и практики. М.: Академия естествознания; 2011. URL: <http://www.monographies.ru/en/book/view?id=139>.
18. Барбашин И. В., Федотовская Т. А., Титов С. Н. Аналитический вестник. Совет Федерации РФ. М.: Пилигрим; 2005. 278 с.
19. Кириллова О. Ю. Корпоративная социальная ответственность как объект внутреннего контроля. *Управленческие науки*. 2013;(4):27–32.
20. Johnson, H. Does it pay to be good? Social responsibility and financial performance. *Business Horizons*. 2003;Nov.-Dec.:34–40.
21. Орехов С. А., Иванова С. П. Концепции и эволюция корпоративной социальной ответственности. *Вестник РЭА им. Г. В. Плеханова*. 2018;101(5):132.
22. Жукова Е. В. Стратегические приоритеты устойчивого развития и формирование алгоритма управления ESG-рисками. *Креативная экономика*. 2022;(2):611–628.
23. Замятина М. Ф., Тишков С. В. ESG-факторы в стратегиях компаний и регионов России и их роль в региональном инновационном развитии. *Вопросы инновационной экономики*. 2022;(1):501–518.
24. Огнивцева Е. С. Использование механизмов корпоративной социальной ответственности в агробизнесе зарубежных стран и их применение в России. Материалы Международной научно-практической конференции «Глобализация и аграрная экономика России: тенденции, возможные стратегии и риски» (Никоновские чтения—2011). 2011:221–223.
25. Макаров И. Н., Назаренко В. С., Дробот Е. В. Корпоративная социальная ответственность как элемент взаимодействия компаний со стейкхолдерами. *Социальное предпринимательство и корпоративная социальная ответственность*. 2021;2(2):113–128.
26. Семенова Н. Н. ESG-трансформация российских компаний в интересах устойчивого развития. *Экономика. Налоги. Право*. 2023;(3):63.
27. Пышков Н. И., Иванова Е. С. Управление заинтересованными группами и их влияние на социальную ответственность бизнеса в условиях неопределенности внешней среды. *Экономика и предпринимательство*. 2021;128(3):1436–1440.
28. Кулькова В. Ю. Корпоративная социальная ответственность предпринимательских структур как форма кооперации стейкхолдеров и бизнеса. *Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики*. 2019;(4):55–65.

REFERENCES

1. Ranks K. People's time. *Populyarnaya mehanika = Popular mechanics*. 2017;(7):28–31. (In Russ.).
2. Palazzi M., Starcher J. Corporate social responsibility and business success. *Menedzhment = Management*. 1998;(7):33. (In Russ.).

3. Blagov Yu. E. Genesis of corporate social responsibility. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 8. = Bulletin of St. Petersburg University. Series 8.* 2006;(2):3–24. (In Russ.).
4. Ikonnikova V., Sosnyuk K. Problems of regulating palm oil production at the macro level. *Mirovoe i nacional'noe hozyajstvo = World and national economy.* 2020;(1):6–7. (In Russ.).
5. Guryeva O. Yu. Corporate social responsibility as the most important modern socio-economic category. *Na puti k grazhdanskому obshchestvu = On the way to civil society.* 2015;(4):105–108. (In Russ.).
6. Mescon M., Albert M., Khedouri F. Fundamentals of management. Moscow: Williams; 2008. 672 p. (In Russ.).
7. Meadows D.H., Meadows D.L., Randers J., Behrens W. W. The limits to growth: a report for the club of rome's project on the predicament of mankind. NY.: Universe Books; 1972. 205 p.
8. Topoleva E. Stakeholder engagement: a methodological guide for NGOs. Moscow; 2008. 48 p. (In Russ.).
9. Freeman R. Edward. My own book review. strategic management: a stakeholder approach. *Management.* 2022;25(1):67–69.
10. Freeman R. E. Strategic management: a stakeholder approach. Boston: Pitman; 1984. 275 p.
11. Manaikina E. S. Project management in the company, taking into account the principles of the concept of sustainable development. Moscow; Plekhanov Russian University of Economics; 2015. 30 p. (In Russ.).
12. Frederick W. C. Toward CSR-3: Why ethical analysys is indispensable and unavoidable in corporate affairs. *California management review.* 1986;18(2):126–141.
13. Epstein E. The corporate social policy process: beyond business ethics, corporate social responsibility, and corporate social responsibility. *California management review.* 1987;24(3):53–63.
14. Godpaster K. E., Halloran T. E. Anatomy of the spiritual and social consciousness of a corporation: the case of Medtronic, Inc. *Rossijskij zhurnal menedzhmenta = Russian Journal of Management.* 2006;(4):99–118. (In Russ.).
15. Vostrikova E. O., Meshkova A. P. ESG criteria in investing: foreign and domestic experience. *Finansovyj zhurnal = Financial Journal.* 2020;12(4):117–120. (In Russ.).
16. Ilyin I. A. Strong power. The Russian idea. Moscow: Eksmo Publishing House; 2017. 704 p. (In Russ.).
17. Perekrestov D. G., Povarich I. P., Shabashev V. A. Corporate social responsibility: issues of theory and practice. Moscow: Academy of Natural Sciences, 2011. URL: <http://www.monographies.ru/en/book/view?id=139>. (In Russ.).
18. Barashin I. V., Fedotovskaya T. A., Titov S. N. The federation council of the Russian Federation. Moscow: Pilgrim; 2005. 278 p. (In Russ.).
19. Kirillova O. Yu. Corporate social responsibility as an object of internal control. *Upravlencheskie nauki = Managerial sciences.* 2013;(4):27–32. (In Russ.).
20. Johnson H. Does it pay to be good? Social responsibility and financial performance. *Business Horizons.* 2003;Nov.-Dec.:34–40.
21. Orekhov S. A., Ivanova S. P. Concepts and evolution of corporate social responsibility. *Vestnik REA im. G. V. Plekhanova = Bulletin of the Plekhanov REA.* 2018;101(5):132. (In Russ.).
22. Zhukova E. V. Strategic priorities of sustainable development and the formation of an ESG risk management algorithm. *Kreativnaya ekonomika = Creative Economics.* 2022;(2):611–628. (In Russ.).
23. Zamyatina M. F., Tishkov S. V. ESG factors in the strategies of companies and regions of Russia and their role in regional innovative development. *Voprosy innovacionnoj ekonomiki = Issues of innovative economics.* 2022;(1):501–518. (In Russ.).
24. Ognivtseva E. S. The use of corporate social responsibility mechanisms in agribusiness in foreign countries and their application in Russia. Materials of the International scientific and practical conference “Globalization and the agrarian economy of Russia: trends, possible strategies and risks” (Nikon Readings-2011). 2011:221–223. (In Russ.).
25. Makarov I. N., Nazarenko V. S., Drobot E. V. Corporate social responsibility as an element of a company's interaction with stakeholders. *Social'noe predprinimatel'stvo i korporativnaya social'naya otvetstvennost' = Social entrepreneurship and corporate social responsibility.* 2021;2(2):113–128. (In Russ.).

26. Semenova N. N. ESG-transformation of Russian companies in the interests of sustainable development. *Ekonomika. Nalogi. Pravo = Economics, taxes. & law.* 2023;(3):63. (In Russ.).
27. Pyshkov N. I., Ivanova E. S. Management of interest groups and their impact on business social responsibility in an uncertain environment. *Ekonomika i predprinimatel'stvo = Economics and entrepreneurship.* 2021;128(3):1436–1440. (In Russ.).
28. Kulkova V. Yu. Corporate social responsibility of entrepreneurial structures as a form of cooperation between stakeholders and business. *Fundamental'nye i prikladnye issledovaniya kooperativnogo sektora ekonomiki = Fundamental and applied research of the cooperative sector of the economy.* 2019;(4):55–65. (In Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / ABOUT THE AUTHOR

Олег Олегович Чудинов — кандидат экономических наук, доцент, Финансовый университет (Красноярский филиал), Красноярск, Россия

Oleg O. Chudinov — Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof., Financial University (Krasnoyarsk Branch), Krasnoyarsk, Russia

<https://orcid.org/0000-0002-8401-8456>
shevo29@rambler.ru

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.
Conflicts of Interest Statement: The author has no conflicts of interest to declare.

Статья поступила 14.03.2024; принята к публикации 18.05.2024.

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

The article was received 14.03.2024; accepted for publication 18.05.2024.

The author read and approved the final version of the manuscript.