

<https://doi.org/10.5281/zenodo.3938428>

УДК 338.242

Трошина Е.П., Чижова Т.А.

Трошина Елена Павловна, кандидат экономических наук, доцент, Самарский государственный экономический университет. 443090, Россия, г. Самара, ул. Советской Армии, 141. E-mail: e-troshina@yandex.ru.

Чижова Татьяна Александровна, Самарский государственный экономический университет, 443090, Россия, г. Самара, ул. Советской Армии, 141. E-mail: chizhova.ta@mail.ru.

Исследование российского и зарубежного опыта формирования корпоративной социальной ответственности для достижения долгосрочных конкурентных преимуществ бизнеса

Аннотация. Сегодня социальная ответственность становится всё более популярным инструментом рыночной экспансии. Результаты многочисленных исследований свидетельствуют о том, что наличие или отсутствие политики корпоративной социальной ответственности (КСО) в организации оказывает существенное влияние на уровень продаж. По этой причине особую актуальность приобретает исследование российского и зарубежного опыта формирования КСО для достижения организациями конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе. В статье рассматриваются отличительные черты наиболее распространённых моделей КСО (американская, европейская, британская) и опыт ведения социально ответственного бизнеса на примере всемирно признанных лидеров в этой области – The Walt Disney Company, Microsoft и Google. Особое внимание уделяется исследованию специфики ещё только формирующейся в России модели КСО с целью выявления возможностей для достижения отечественными компаниями долгосрочных конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: менеджмент, бизнес, конкурентоспособность, общество, социально ответственный бизнес, корпоративная социальная ответственность, модели корпоративной социальной ответственности.

Troshina E.P., Chizhova T.A.

Troshina Elena Pavlovna, Candidate of Economical Sciences, Associate Professor, Samara State University of Economics. 443090, Russia, Samara, Soviet Army st., 141. E-mail: e-troshina@yandex.ru.

Chizhova Tatiana Aleksandrovna, Samara State Economic University. 443090, Russia, Samara, Soviet Army st., 141. E-mail: chizhova.ta@mail.ru.

The study of Russian and foreign corporate social responsibility formation experience in achieving long-term competitive advantage of the business

Abstract. Today, social responsibility is becoming an increasingly popular tool for market expansion – the results of numerous studies indicate that the presence or absence of a corporate social responsibility (CSR) policy in an organization has a significant impact on sales. For this reason, the study of Russian and foreign experience in the formation of CSR for organizations to achieve competitive advantages in

the long term is of particular relevance. The article discusses the distinguishing features of the most common CSR models (American, European, British) and the experience of conducting socially responsible business on the example of internationally recognized leaders in this field – The Walt Disney Company, Microsoft and Google. Particular attention is paid to the study of the specifics of the CSR model that is still being formed in Russia in order to identify opportunities for domestic companies to achieve long-term competitive advantages.

Key words: management, business, competitiveness, society, socially responsible business, corporate social responsibility, corporate social responsibility models.

Необходимым условием обеспечения производства продукции, способной удовлетворять потребности (решать проблемы) потребителей и превосходящей товары конкурентов по требуемому набору параметров является конкурентоспособность хозяйствующего субъекта. Сегодня ключевыми факторами, оказывающими наибольшее влияние на конкуренцию, являются факторы, в которых «социальная» составляющая превалирует над «экономической» – например, качество продукта, уровень сервисного обслуживания, привлекательный имидж предприятия в глазах общества.

Корпоративная социальная ответственность (КСО) – это концепция, в соответствии с которой организации учитывают интересы общества, добровольно возлагая на себя ответственность за влияние своей деятельности на заказчиков, поставщиков, работников, акционеров, местные сообщества и прочие заинтересованные стороны [2, с. 8].

Идея КСО предполагает, что деятельность организации выходит далеко за рамки деловой активности бизнеса и направлена на решение социально значимых вопросов и задач, определяющих благополучие не только нынешнего, но и будущих поколений.

Существующие модели КСО (американская, европейская, британская и т.д.) демонстрируют, что участие бизнеса в жизни общества может либо жёстко регулироваться действующим законодательством, либо осуществляться самостоятельно под воздействием специально созданных стимулов и льгот.

Отличительной чертой американской модели КСО является практически ничем не ограниченная самостоятельность корпораций в определении своего общественного вклада. Несмотря на минимальное участие государства в программах КСО (во многих областях государственное регулирование затрагивает лишь основные права граждан), в США существуют значительные налоговые льготы, поощряющие инвестиции в выгодные для общества сферы. Именно здесь появились и получили широкое распространение корпоративные фонды, обеспечивающие социальную поддержку общества посредством использования средств компаний для решения ряда социальных проблем.

Модель КСО континентальной Европы в противовес американской регулируется, главным образом, государством. Это объясняется тем, что европейские корпорации предпочитают ограничивать свою ответственность перед стейкхолдерами: виды деятельности, традиционно возлагаемые на различные бизнес-структуры в США (образование, здравоохранение, отношения «работник – работодатель»), в Европе регулируются нормами, стандартами и законами государства.

Сочетающая в себе элементы как модели США, так и модели континентальной Европы, британская модель КСО с одной стороны характеризуется присущей американской модели значительной степенью вовлечения государства и гражданских институтов в процесс согласования общественных интересов, с другой – активной поддержкой государством бизнеса, как в других странах Европы [4, с. 38].

Ежегодный рейтинг Global CSR RepTrak, учитывающий уровень положительного влияния организаций на общество, ответственное отношение к окружающей среде, открытость и прозрачность, этическое поведение, достойные условия труда и повышение благосостояния сотрудников, уже несколько лет подряд отдаёт почётное звание самых социально ответственных компаний мира корпорациям The Walt Disney Company, Microsoft и Google.

Семейная компания The Walt Disney Company является одним из крупнейших конгломератов индустрии развлечений в мире. Создавая веру в сказку многим детям и взрослым, известная корпорация поддерживает сотни социальных инициатив. Например, однажды организация пожертвовала один миллион бесплатных билетов в Диснейленд в обмен на один день волонтерской службы. Она также поощряет своих сотрудников участвовать в программе VolunTEARS, помогающей благотворительным организациям во всём мире. The Walt Disney Company в партнёрстве с организацией Make-A-Wish («Загадай желание») ежегодно помогает исполнять более 10000 желаний детей, борющихся с опасными для жизни заболеваниями.

В 1995 году компания учредила Всемирный фонд Disney для поддержки усилий местных и глобальных некоммерческих организаций, которые защищают дикую природу и местные экосистемы. Организация также осуществляет деятельность по сокращению отходов и выбросов в окружающую среду. Несмотря на невероятное мастерство в создании всеохватывающей индустрии развлечений, The Walt Disney Company не удалось бы достичь лидирующих позиций в бизнесе без осознания своей роли в обществе и понимания его нужд.

Будучи ведущей технологической компанией, Microsoft стремится к тому, чтобы её КСО была ориентирована на будущее – на мир завтрашнего дня. Вот почему они помогли более 12 миллионам молодых людей в 54 странах, предоста-

вив им опыт обучения информатике. В 2018 году они также потратили 3 миллиарда долларов на одни только предприятия малого бизнеса.

Бывший генеральный директор и основной акционер компании Билл Гейтс основал Фонд Билла и Мелинды Гейтс, который является некоммерческой организацией, занимающейся сокращением неравенства во всём мире.

Культура компании Google и её приверженность принципу равных возможностей позволили им получить высокий статус КСО. Программа Google в области КСО посвящена продвижению равных возможностей посредством предоставления множества льгот и возможностей для каждого сотрудника.

Помимо приверженности Google своим сотрудникам, они стремятся сократить выбросы углекислого газа в атмосферу за счёт сокращения концентраций парниковых газов. Google также использует собственную технологию для отслеживания изменений во всём мире с помощью спутникового слежения и карт Google: Google может отслеживать коренные народы и их земли, чтобы помочь предотвратить обезлесение. Кроме того, они позволяют странам использовать программное обеспечение для карт, чтобы решать проблемы, затрагивающие территории их государств [7].

Международной некоммерческой организацией Великобритании The Green Organisation учреждена ежегодная премия Corporate Social Responsibility Excellence Award (CSR Excellence Award), охватывающая проекты в области КСО по всему миру. В 2019 году мировыми лидерами среди участников, по мнению экспертов, стали:

– эко-школы «Clyde» (Clyde Eco Schools) – это новый инновационный проект торгового центра «Clyde» (г. Клайдбанк, Шотландия), в рамках которого сотрудники торгового центра приглашают местных школьников для целого ряда экологических мероприятий: начинающая серия увлекательных туров и семинаров, знакомящих детей с собственными

возможностями центра по переработке отходов, и заканчивая школами, фактически создающими и владеющими частью Экотропы на территории центра.

Экологический проект позволяет школьникам учиться за пределами классной комнаты и превращать полученные знания в реальный жизненный опыт, добавляя значительную ценность этому процессу. Повышение осведомлённости о важности проблем устойчивого развития и необходимости заботы об окружающей среде в следующем поколении приносит большую пользу.

– Проект «Эмоциональное вождение» вдохновлён заботой металлургической компании Gonvarri Steel Services (г. Мадрид, Испания) о местном сообществе и окружающей среде. Проект ориентирован на обеспечение безопасности клиентов организации на дорогах. Для этого Gonvarri Steel Services разработала ряд кампаний, включающих в себя различные мероприятия, семинары, конференции и конкурсы.

Проект «Эмоциональное вождение» был создан для борьбы с тем, что каждый третий несчастный случай со смертельным исходом происходит из-за дорожно-транспортных происшествий. Большинство из этих несчастных случаев (60%) происходят во время поездок на работу и обратно.

Забота компании о потребителях началась с производства собственной продукции для дорожной техники, которая характеризуется качеством и высоким уровнем безопасности. По мнению создателей, это инновационный проект, объединяющий многие аспекты компании – обучение, проблемы безопасности и сотрудничество с неправительственными организациями, специализирующимися на безопасности дорожного движения.

– Производитель продуктов питания The Fresh Olive Company (г. Гринфорд, Великобритания) реализует программу «На старт, внимание, зелёный» (Ready Steady Green) с момента запуска которой 90% из 162 тонн отходов компании были переработаны для повторного использо-

вания. The Fresh Olive Company также инвестирует средства в общественные проекты для повышения уровня жизни местного сообщества. Приложенные усилия позволили повысить осведомлённость о ненужных пищевых отходах среди населения региона [6, с. 2].

Сложившаяся на сегодняшний день в России модель КСО сочетает в себе черты как британской модели (добровольное инициирование бизнесом проектов в сфере КСО), так и схемы континентальной Европы (стремление организаций получить от государства чёткие законодательные рамки КСО).

На сегодняшний день КСО в нашей стране всё ещё находится на начальной стадии своего развития, поэтому недопонимание практической ценности рассматриваемой концепции на раннем этапе может привести к появлению конвейера по производству документации с квазиположительной социальной отчётностью [3, с. 32].

Между тем в последние годы в России наблюдается повышенное внимание к вопросам КСО: значительный интерес проявляют, главным образом, крупнейшие предприятия топливно-энергетического комплекса (ТЭК). Стоит отметить, что несмотря на осознание организациями способности социальной деятельности приносить экономический эффект, многие из них всё ещё ориентированы на получение сиюминутной прибыли, что является существенным препятствием на пути утверждения концепции КСО [1, с. 1-2].

С 2008 года в нашей стране реализуется проект «Лидеры корпоративной благотворительности», цель которого – оценить вовлечённость компаний в социально-корпоративную благотворительность. В 2019 году организаторы премии отметили практики в благотворительной деятельности таких предприятий как ПАО «Газпром нефть», ПАО «ГМК «Норильский никель», «Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд» и АО «Объединённая металлургическая компания» как наилучшие [5].

Несмотря на большой интерес со стороны крупных организаций, подавляющее большинство российских предприятий продолжает ограничиваться соблюдением норм трудового законодательства и законодательства в сфере охраны окружающей среды, своевременной уплатой налогов, страховых взносов и иных платежей, что ограничивает возможность компаний продемонстрировать свою социальную ответственность.

Подводя итог, можно выделить следующие основные причины низкой корпоративной социальной активности бизнеса в России:

1) отсутствие существенного давления на отечественные компании со стороны общества;

2) КСО рассматривается бизнесом как своего рода «повинность», расходы на которую необходимо минимизировать;

3) хаотичный, бессистемный характер социальной и благотворительной деятельности российских компаний;

4) низкая средняя плотность населения, связанная с огромной площадью государства;

5) зависимость инфраструктуры большого числа городов от деятельности градообразующих предприятий.

Для повышения активности бизнеса в рамках КСО в России, а также формирования у отечественных организаций долгосрочных конкурентных преимуществ можно принять следующие меры:

1) разъяснение экономических и социальных выгод от применения КСО предприятиям малого и среднего бизнеса;

2) разработка национальной системы оценки реализации КСО с учётом сложившихся в нашей стране традиций и норм морали;

3) закрепление на законодательном уровне публичности социальной отчётности и ужесточение наказаний для работодателей, нарушающих права наёмных работников и совершающих экологические преступления.

Несмотря на тот факт, что в России ещё только наблюдается становление модели КСО, всё больше бизнес-сообществ в нашей стране вовлекаются в её формирование и совершенствование, что открывает большие возможности как для достижения компаниями долгосрочных конкурентных преимуществ, так и для улучшения уровня благосостояния страны в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авилова М.Г. Корпоративная социальная ответственность в России: тенденции, проблемы, решения // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 34. С. 1-5.
2. Бондаренко В.В., Кузнецова Е.В., Танина М.А. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2019. 304 с.
3. Григорян Е.К., Юрасов И.А. Корпоративная социальная ответственность: учебник для бакалавров. М.: Дашков и К, 2019. 248 с.
4. Копытова Е.Д., Ускова Т.В. Социальная ответственность бизнеса: проблемы и перспективы развития. Вологда: Изд-во ФГБУН ВолНЦ РАН, 2017. 174 с.
5. Победители рэнкинга 2019 // Лидеры корпоративной благотворительности. URL: <https://www.donorsforum.ru/projects/lkb/itogi-proekta-2019/>
6. CSR World Leaders Volume 3 2019 // CSR Awards. URL: https://csrawards.co.uk/wp-content/uploads/2018/04/CSR_Vol-3-2016.pdf
7. Wood M. 25 of the World's Most Socially Responsible Companies // Fundera. URL: <https://www.fundera.com/blog/corporate-social-responsibility>

REFERENCES (TRANSLITERATED)

1. Avilova M.G. Korporativnaja social'naja otvetstvennost' v Rossii: tendencii, problemy, reshenija // Nauchno-metodicheskij jelektronnyj zhurnal «Koncept». 2016. T. 34. S. 1-5.

2. Bondarenko V.V., Kuznecova E.V., Tanina M.A. Korporativnaja social'naja otvetstvennost': uchebnoe posobie. M.: INFRA-M, 2019. 304 s.
3. Grigorjan E.K., Jurasov I.A. Korporativnaja social'naja otvetstvennost': uchebnik dlja bakalavrov. M.: Dashkov i K, 2019. 248 s.
4. Копытова Е.Д., Ускова Т.В. Social'naja otvetstvennost' biznesa: problemy i perspektivy razvitija. Vologda: Izd-vo FGBUN VolNC RAN, 2017. 174 s.
5. Pobediteli rjenkinga 2019 // Lidery korporativnoj blagotvoritel'nosti. URL: <https://www.donorsforum.ru/projects/lkb/itogi-proekta-2019/>
6. CSR World Leaders Volume 3 2019 // CSR Awards. URL: https://csrawards.co.uk/wp-content/uploads/2018/04/CSR_Vol-3-2016.pdf
7. Wood M. 25 of the World's Most Socially Responsible Companies // Fundera. URL: <https://www.fundera.com/blog/corporate-social-responsibility>

Поступила в редакцию 28.06.2020.
Принята к публикации 03.07.2020.

Для цитирования:

Трошина Е.П., Чижова Т.А. Исследование российского и зарубежного опыта формирования корпоративной социальной ответственности для достижения долгосрочных конкурентных преимуществ бизнеса // Гуманитарный научный вестник. 2020. №6. С. 59-64. URL: <http://naukavestnik.ru/doc/2020/06/TroshinaChizhova.pdf>