

Современные концепции социальной ответственности бизнеса*

Modern Concepts of Social Responsibility of Business

А. ШАЙХАЛИЕВ

Шайхалиев Артур Фазитович, аспирант Института экономики, управления и бизнеса ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий». E-mail: shaihalievaf@mail.ru

В статье рассмотрены основные модели корпоративной социальной ответственности, характерные для различных стран и обусловленные специфическими особенностями и приоритетами стран и регионов. Показано, что в странах с высокоразвитой экономикой социальные программы, финансируемые государством, обеспечивают решение многих социальных проблем, что позволяет местным компаниям сосредоточиться на более узких задачах, таких как защита окружающей среды, развитие персонала и реализация внутренних инициатив. В странах с развивающейся экономикой, где государственные программы не могут покрыть все социальные потребности, роль бизнеса в поддержке наиболее уязвимых слоев населения становится все более заметной.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, основные национальные модели корпоративной социальной ответственности.

The article examines the main models of corporate social responsibility, characteristic of various countries and determined by the specific characteristics and priorities of countries and regions. It has been shown that in countries with highly developed economies, government-funded social programs provide solutions to many social problems, which allows local companies to focus on narrower objectives, such as environmental protection, personnel development and the implementation of internal initiatives. In developing economies, where government programs cannot cover all social needs, the role of business in supporting the most vulnerable segments of the population is becoming increasingly prominent.

Key words: social responsibility of business, main national models of corporate social responsibility.

Введение

Подходы к корпоративной социальной ответственности (КСО) в разных странах отличаются друг от друга в силу различий в экономическом, политическом и культурном контекстах. Существует несколько основных моделей, каждая из которых отражает специфические особенности и приоритеты соответствующих регионов. Так, принято считать, что присущая США модель корпоративной социальной ответственности ориентирована на рыночные механизмы и интересы акционеров, а компании сосредоточены на максимизации прибыли. В Европе подход более сбалансирован и ориентирован на интересы различных сторон: сотрудников, клиентов, партнеров и общества в целом. Латиноамериканская модель предполагает активное участие компаний в социальных инициативах, а в японской модели, основанной на принципах коллективизма, ценятся долгосрочные отношения между организацией и ее сотрудниками. Рассмотрим эти модели несколько подробнее.

Результаты и обсуждение

Модель корпоративной социальной ответственности, присущая США, нацелена на конечный результат. При этом компании также участвуют во взаимодействии с местными сообществами и заинтересованными сторонами, но чаще всего это выражается в форме благотвори-

* Ссылка на статью: Шайхалиев А.Ф. Современные концепции социальной ответственности бизнеса // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2025. № 2. С. 142–147. DOI: 10.34773/EU.2025.2.24.

тельных акций по поддержке различных социальных проектов. Государственная политика в этой области направлена на поощрение добровольных инициатив со стороны компаний, предоставление налоговых льгот и других преференций для стимулирования такой деятельности.

Особое значение в регулировании корпоративной социальной ответственности имеет законодательная база, которая активно поощряет вовлечение компаний в процессы социального инвестирования. Например, в США был принят «Закон о реинвестировании в сообщества». Он обязывает финансовые организации выделять определенную долю своих средств на развитие инфраструктуры и улучшение экологической ситуации в местных сообществах. Согласно этому закону, банки обязаны инвестировать в проекты, имеющие социальную ценность, участие в них ежегодно оценивается, а степень участия в подобных инициативах отражается в соответствующем рейтинге. Эти меры не только способствуют устойчивому развитию территорий, но и укрепляют репутацию банковского сектора, демонстрируя его приверженность принципам социальной ответственности» [5, 53].

Стоит отметить, что американские компании концентрируют свои усилия на нескольких ключевых аспектах социальной ответственности. Наиболее важным направлением является обеспечение качества и безопасности продукции, что включает в себя соблюдение мировых стандартов, сертификацию и внедрение многоуровневых систем контроля. Согласно исследованию, опубликованному в *Journal of Business Ethics*, такие крупные компании, как Apple и Microsoft, активно применяют принципы глобального лицензирования, гарантируя прозрачность своей деятельности в международном контексте.

Экологическая составляющая социальной ответственности бизнеса не менее важна. На фоне растущих экологических рисков компании переходят на использование возобновляемых источников энергии, минимизируют свой углеродный след и разрабатывают технологии, снижающие негативное воздействие на окружающую среду. В результате инициативы по развитию «зеленых» технологий и программ устойчивого развития становятся важной частью стратегий таких крупных компаний, как Tesla и Google, которые инвестируют в проекты по сокращению выбросов и увеличению использования экологически чистых материалов.

Защите интересов сотрудников также уделяется особое внимание. Программы внутрифирменного обучения, внедрение бонусных схем и социальных гарантий способствуют созданию благоприятного рабочего климата и лояльности персонала. Как отмечает в своих работах Р. Кэрролл, долгосрочные инвестиции в развитие персонала не только укрепляют корпоративную культуру, но и повышают конкурентоспособность компании на рынке труда. В качестве примера можно привести инициативы IBM и Amazon по финансированию переподготовки сотрудников и созданию внутренних образовательных платформ.

Программы социальной ответственности бизнеса реализуются компаниями США через специализированные фонды, что позволяет систематизировать и координировать деятельность в этой области. В результате возникают сложные модели взаимодействия бизнеса и общества, включающие благотворительные акции, волонтерские инициативы и поддержку некоммерческих организаций. В результате социальная ответственность бизнеса в США становится не только инструментом повышения репутации, но и важным фактором устойчивого развития компаний, способствуя интеграции социальных, экологических и экономических принципов в бизнес-стратегию.

Следует подчеркнуть, что интеграция социальной ответственности в бизнес-стратегию компаний становится ключевым фактором их долгосрочной конкурентоспособности. В этом контексте особую роль играют компании, ориентированные на массовое потребление. Лидерами по внедрению европейской модели социальной ответственности являются компании пищевой и фармацевтической промышленности, а также розничной торговли. Их успех во многом объясняется необходимостью учитывать мнения и требования различных социальных групп, выявляя тем самым потенциальные зоны конфликта между бизнесом и обществом.

Более того, активное взаимодействие компаний и их заинтересованных сторон не только снижает риск возникновения социальной напряженности, но и открывает новые перспективы

для устойчивого развития. «Учет общественных интересов позволяет компаниям выявлять точки роста, где рыночные возможности совпадают с реальными социальными потребностями. Внедрение инноваций в бизнес-модель устойчивого развития охватывает не только производственные процессы, но и модернизацию системы трудовых отношений, а также формирование новых норм взаимодействия с окружающей средой» [2, 66]. Таким образом, современная европейская модель социальной ответственности бизнеса трансформирует корпоративное управление, делая его более гибким, ориентированным на диалог и отвечающим на вызовы меняющегося общества.

Уровень социальной активности европейских компаний значительно превосходит уровень компаний США, что напрямую связано с институциональными особенностями европейской экономической модели. По данным исследования, этот феномен можно объяснить интеграцией принципов корпоративной социальной ответственности в экономическую модель региона Рейнланд – Альпы, также известную как модель социального капитализма. В отличие от либеральных рыночных систем, здесь соблюдается баланс между экономической эффективностью и социальной справедливостью. Важную роль играет коллективное финансирование социальных обязательств, снижающее нагрузку на компании и в то же время создающее прозрачные механизмы регулирования. Законодательное закрепление мер социальной ответственности бизнеса делает социальную ответственность не просто инициативой, а обязательным элементом корпоративной стратегии, глубоко укоренившимся в корпоративной культуре. В то же время европейские компании рассматривают социальную ответственность как этический стандарт, а не как маркетинговый инструмент, в отличие от американской модели, где социальные программы чаще всего рассматриваются как средство улучшения репутации. Интересно, что такая структура означает, что европейские компании менее ориентированы на филантропию, поскольку основные социальные вопросы решаются в рамках системы взаимодействия государства и бизнеса.

Важным аспектом развития Европейского союза является его внимание к формированию общеевропейских стандартов корпоративной социальной ответственности, что нашло отражение в многочисленных инициативах его наднациональных институтов. Так, в июне 2000 года Совет ЕС принял рекомендации, определяющие основные направления экономической политики государств-членов. В ноябре того же года была утверждена Директива 2000/78/ЕС, регулирующая принципы равного обращения в сфере занятости и профессиональной деятельности. Эти документы подчеркивают ключевое значение социальной ответственности бизнеса в контексте занятости, а также социальные последствия, возникающие в процессе региональной экономической интеграции. Важным моментом является формирование европейского внутреннего рынка – что, в свою очередь, требует адаптации условий труда к особенностям единой европейской экономики. Следует отметить, что в данной работе особое внимание уделяется необходимости разработки согласованных подходов к эффективному функционированию социально-экономических систем в условиях глобализации.

Европейская модель корпоративной социальной ответственности включает в себя несколько субмоделей, каждая из которых отражает особенности взаимодействия бизнеса и общества. Среди них скандинавская модель, для которой характерно партнерство бизнеса и государства, когда компании обеспечивают высокий уровень налоговых поступлений, а государственные структуры эффективно перераспределяют эти средства. Это создает основу для реализации общественных проектов и поддержания социальной стабильности. Важно отметить, что британская модель, по мнению ряда исследователей, сочетает в себе элементы американской и европейской традиций социальной ответственности бизнеса, но с большей вовлеченностью государства и общественных институтов в процесс согласования интересов. Британский подход направлен на развитие и поддержку лучших корпоративных практик через государственную политику. Континентальная модель, напротив, в большей степени ориентирована на соблюдение стандартов социальной ответственности в рамках национальных правовых и экономических условий.

Модели корпоративной социальной ответственности в США и Европе, несмотря на различия в их реализации, имеют ряд ключевых сходств, среди которых не последнее место занимает активное участие государства в формировании государственно-частного партнерства. Оба региона поддерживают социально ориентированные инициативы, в частности, путем софинансирования некоммерческих проектов. Кроме того, и в США, и в Европейском союзе действуют правила, предусматривающие налоговые льготы для компаний, ведущих социально ответственную деятельность, особенно в таких областях, как энергоэффективность и переработка отходов. В последние годы наметилась тенденция к сближению различных моделей корпоративной социальной ответственности, что привело к созданию канадской модели, сочетающей в себе элементы американской и европейской практик. Канадская модель, регулируемая Национальным институтом качества Канады, представляет собой гибкий и адаптируемый подход, объединяющий лучшие практики двух глобальных моделей. Это сближение демонстрирует глобализацию подходов к корпоративной социальной ответственности, которая требует дальнейших исследований и разработок для эффективной реализации социальных и экологических инициатив на международной арене.

Японская модель корпоративной социальной ответственности (и азиатская модель в целом) характеризуется сильной ролью государства и глубокой привязанностью сотрудников к своей компании. В рамках этой модели существует сильная традиция, когда сотрудники рассматривают свою организацию как «рабочую семью», создавая прочные и долговременные связи. Ярким примером является система «пожизненного найма», при которой сотрудник остается в одной компании на протяжении всей своей карьеры. Такой подход помогает создать стабильные, взаимовыгодные отношения между сотрудниками и работодателями. Исследования показывают, что такая модель помогает поддерживать стабильность на рынке труда и способствует формированию корпоративной культуры, ориентированной на долгосрочные цели и устойчивый рост.

Развитие азиатской модели корпоративной социальной ответственности активно обсуждается на различных международных форумах. В сентябре 2011 года состоялся Азиатский саммит по корпоративной социальной ответственности под девизом «Развивающаяся Азия: глобальная ответственность». Это мероприятие стало важной площадкой для обмена опытом и разработки новых идей по совершенствованию подходов к корпоративной устойчивости. На саммите предприниматели, государственные чиновники и ученые обменялись мнениями о том, как интегрировать принципы социальной ответственности в бизнес-стратегии с учетом культурной и экономической специфики региона.

Несмотря на традиционную стабильность, присущую азиатской модели корпоративной социальной ответственности, дискуссии на саммите показали, что многие страны региона все чаще обращаются к западным концепциям. Речь идет о внедрении инновационных практик, учитывающих не только интересы компаний, но и потребности общества. В последние годы регион постепенно переходит к использованию механизмов корпоративной ответственности, направленных на повышение прозрачности и улучшение взаимодействия с ключевыми заинтересованными сторонами.

Африканская модель корпоративной социальной ответственности ориентирована на активное участие бизнеса в решении актуальных социально-экономических проблем региона. В отличие от других моделей, здесь акцент делается на таких вопросах, как сокращение бедности, профилактика заболеваний (например, ВИЧ) и поддержка образовательных программ. Кроме того, важная роль отводится поддержке местных организаций, что подчеркивает стратегическую цель развития социальной инфраструктуры и повышения качества жизни в регионах.

Стоит отметить, что в некоторых африканских странах действует законодательство, обязывающее транснациональные корпорации (ТНК) оказывать финансовую поддержку социальным и экономическим проектам. Этот правовой механизм позволяет контролировать деятельность ТНК и дает возможность государствам оказывать более эффективное влияние на экономические и социальные процессы. По мнению исследователей, эти меры способствуют

укреплению доверия между местными властями, компаниями и обществом, создавая тем самым условия для долгосрочного и устойчивого развития региона.

Такая форма КСО оказывает значительное влияние на экономическую устойчивость развивающихся стран. Поддержка подобных инициатив не только помогает решить острые социальные и экономические проблемы, но и способствует созданию более стабильной экономической среды как основы для будущего роста и повышения качества жизни. По мнению многих исследователей, реализация подобных программ может значительно ускорить процессы социально-экономического развития, особенно в условиях нестабильности и дефицита ресурсов.

Исследователи также выделяют латиноамериканскую модель корпоративной социальной ответственности, которая имеет свои особенности. В Латинской Америке общественность проявляет больший интерес к вопросам КСО, отчасти благодаря значительному влиянию СМИ. Они играют ключевую роль в распространении информации о деятельности компаний, обеспечении прозрачности и привлечении внимания к вопросам этики, устойчивого развития и социальной справедливости. В этом контексте КСО становится важным инструментом формирования положительного имиджа компании, что, в свою очередь, способствует повышению ее конкурентоспособности.

Страны БРИКС выделяются тем, что уделяют особое внимание развитию корпоративной социальной ответственности по нескольким ключевым направлениям. Во-первых, акцент делается на укреплении корпоративного управления, от которого напрямую зависит эффективность и прозрачность взаимодействия компаний и государственных органов. Важным аспектом является не только соблюдение правовых норм, но и формирование этически устойчивой корпоративной культуры. Во-вторых, особое внимание уделяется охране окружающей среды, в том числе реализации экологических инициатив и инновационных подходов, направленных на минимизацию воздействия производства на природу. Компании все чаще берут на себя ответственность за рациональное использование природных ресурсов, борются с загрязнением окружающей среды и внедряют экологически безопасные технологии.

В странах с переходной экономикой концепция корпоративной социальной ответственности формируется под значительным влиянием международных организаций, тогда как участие местных экспертных сообществ и СМИ остается ограниченным. Ключевую роль в этом процессе играют транснациональные корпорации и финансовые институты, нацеленные на внедрение глобальных стандартов социальной ответственности. Однако следует подчеркнуть, что в условиях нестабильности такие страны часто сталкиваются с формальным подходом к социальной политике бизнеса, когда ответственность перед обществом носит декларативный характер. Важно отметить, что, несмотря на растущий интерес к этой теме, механизмы контроля и стимулирования социальной активности компаний пока недостаточно развиты, что затрудняет формирование устойчивых моделей взаимодействия бизнеса и общества.

В отечественной практике корпоративная социальная ответственность пока находится в стадии становления, что во многом обусловлено доминирующей ролью государства, низким уровнем развития гражданских инициатив и высокой концентрацией капитала в руках крупных бизнес-структур. Важно отметить, что механизмы взаимодействия между бизнесом, обществом и государственными институтами еще не приобрели четкие очертания, а степень вовлеченности компаний в социальные проекты остается крайне неравномерной. По данным исследований, социальная активность бизнеса нередко ограничивается точечными инициативами, продиктованными либо внешним давлением, либо необходимостью поддержания репутации, а долгосрочные стратегии в этой сфере формируются лишь фрагментарно. Следует подчеркнуть, что в условиях отсутствия прозрачных регуляторных норм и четких стимулов для бизнеса процессы формирования социальной ответственности протекают неравномерно, а эффективность существующих моделей вызывает дискуссии среди экспертов [3, 253].

Заключение

Национальная модель КСО формируется под влиянием множества факторов, среди которых ключевыми являются государственная политика, структура экономики, роль крупных компаний и уровень общественного спроса на социальную ответственность бизнеса. Взаимодействие государства, бизнеса и гражданского общества играет важнейшую роль в формировании устойчивых моделей социальной ответственности. Высокая институциональная зрелость, прозрачные механизмы регулирования и активность СМИ способствуют развитию полноценной системы КСО, в то время как отсутствие диалога и слабая вовлеченность общества приводят к формальному выполнению социальных обязательств.

В странах с высокоразвитой экономикой социальные программы, финансируемые государством, уже обеспечивают решение многих социальных проблем, что позволяет местным компаниям сосредоточиться на более узких задачах, таких как защита окружающей среды, развитие персонала и реализация внутренних инициатив. В странах с развивающейся экономикой, где государственные программы не могут покрыть все социальные потребности, роль бизнеса в поддержке наиболее уязвимых слоев населения становится все более заметной. В этих странах компании активно участвуют в благотворительности, меценатстве и волонтерстве, что является важным элементом социальной стабильности и развития общества.

Литература

1. Кравцова Е.М., Матвеева В.Ю. Модели социальной ответственности бизнеса в мировой экономике // Экономика, предпринимательство и право. 2016. Т. 6, № 1. С. 81–98. DOI: 10.18334/err.6.1.35241.
2. Новосельский С.О., Булавина М.А. Сущность и особенности функционирования системы социального партнерства в рамках модели корпоративной социальной ответственности // Вестник Института мировых цивилизаций. 2023. Т. 14, № 2. С. 66–70.
3. Порезанова Е.В. Стадии развития и риски социальной ответственности компаний в России // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2014. Т. 14. № 2-1. С. 253–258.
4. Социальная ответственность и человеческий капитал предприятий в системе региональной социальной политики / Е.В. Попова, Н.Р. Кельчевская, И.М. Черненко [и др.]. М.: Изд-во «Креативная экономика», 2017. 318 с. ISBN 978-5-91292-186-5. DOI: 10.18334/9785912921865.
5. Yang Yu. Corporative social responsibility: some aspects of the evolution of the concept // Наука, техника и образование. 2022. No. 2(85). P. 53–57.