



ВЛАДИМИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ АЛЕКСАНДРА ГРИГОРЬЕВИЧА
И НИКОЛАЯ ГРИГОРЬЕВИЧА СТОЛЕТОВЫХ

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Под общей редакцией
В. Я. Горфинкеля, Н. В. Родионовой

УЧЕБНИК И ПРАКТИКУМ
ДЛЯ АКАДЕМИЧЕСКОГО БАКАЛАВРИАТА

*Министерство образования и науки РФ ФГАУ
«Федеральный институт развития образования»
Рекомендовано уполномоченным учреждением ФГБОУ
«Государственный университет управления» в качестве
учебника для студентов высших учебных заведений,
обучающихся по направлению подготовки 080200.62
«Менеджмент» (квалификация (степень) «бакалавр»)*

**Книга доступна в электронной библиотечной системе
biblio-online.ru**

Москва ■ Юрайт ■ 2014

УДК 33
ББК 65.290-2я73
К68

Регистрационный номер рецензии № 276 от 24.06.2013 г.
(ФГАУ «ФИРО»)

Руководители авторского коллектива:

Горфинкель Владимир Яковлевич — профессор, доктор экономических наук, профессор Института экономики и менеджмента Владимирского государственного университета им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, заслуженный профессор ВЗФЭИ;

Родионова Наталья Владимировна — доцент, доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента и маркетинга экономического факультета Института экономики и менеджмента Владимирского государственного университета им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых.

Рецензенты:

Генкин Б. М. — доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой управления трудовыми и социальными процессами Санкт-Петербургского государственного экономического университета, заслуженный деятель науки Российской Федерации;

Малышков В. И. — доктор экономических наук, профессор, президент Московской академии предпринимательства при Правительстве Москвы, заслуженный работник торговли Российской Федерации.

Корпоративная социальная ответственность : учебник и практикум для академического бакалавриата / под общ. ред. В. Я. Горфинкеля, Н. В. Родионовой. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 570 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс.

ISBN 978-5-9916-3526-4

Раскрыты темы, вопросы и понятия, методы и методики, изучение которых предусмотрено требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования четвертого поколения по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность». Даны концептуальные представления о корпоративной социальной ответственности в зарубежной и отечественной теории и практике управления. Показаны ее лучший опыт, прогрессивные формы и перспективы развития. Рассмотрены основные функции управления с учетом КСО, некоторые технологии их применения, основные инструменты макро- и микрорегулирования. Уделено внимание мотивации несения тягот социальной ответственности основными заинтересованными сторонами компании: бизнесменами, менеджерами, работниками и инноваторами.

Для студентов, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент», аспирантов и преподавателей вузов. Может быть полезным политикам, деятелям общественных организаций, чиновникам, руководителям и экономистам компаний и фирм.

УДК 33
ББК 65.290-2я73

ISBN 978-5-9916-3526-4

© Коллектив авторов, 2014
© ООО «Издательство Юрайт», 2014

Оглавление

Авторский коллектив	10
Предисловие	14

Раздел I ТЕОРИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ В РАМКАХ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Глава 1. Концепция корпоративной социальной ответственности	22
1.1. История развития концепции корпоративной социальной ответственности.....	23
1.2. Сущность корпоративной социальной ответственности.....	30
1.3. Система КСО и ее макро- и микрорегуляторы.....	32
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	<i>36</i>
<i>Контрольные тесты</i>	<i>36</i>
Глава 2. Существующие подходы к корпоративной социальной ответственности в зарубежной и отечественной теории.....	39
2.1. Уровневые, круговые и сферические модели КСО.....	40
2.2. Концепция КСО в рамках теории стейкхолдеров	45
2.3. Национальные особенности применения теории КСО	52
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	<i>56</i>
<i>Контрольные тесты.....</i>	<i>56</i>
Глава 3. Концепция устойчивого развития компании.....	58
3.1. Становление и формирование концепции устойчивого развития компаний	59
3.2. Понятие, роль и сущность устойчивого развития компании	63
3.3. Показатели устойчивого развития компаний	66
3.4. Макрорегуляторы устойчивого развития компаний.....	69
3.5. Инструменты реализации концепции устойчивого развития компании.....	73

3.6. Практика устойчивого развития компаний в России	77
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	81
<i>Контрольные тесты</i>	82
Глава 4. Стандартизация отношений социальной ответственности	84
4.1. Понятие, виды стандартов и стандартизации в экономических системах	85
4.2. Макрорегуляторы КСО в стандартах	92
4.3. Внутренние стандарты КСО	111
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	113
<i>Контрольные тесты</i>	113
 Раздел II ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ «БИЗНЕС — ВЛАСТЬ — ОБЩЕСТВО» В РАМКАХ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ 	
Глава 5. Теоретические основания взаимодействий «бизнес — власть — общество»	118
5.1. Модели взаимодействия бизнеса, власти и общества в рамках КСО	119
5.2. Государственное регулирование отношений КСО	122
5.3. Государственно-частное партнерство как форма взаимодействия бизнеса и государства в области КСО	128
5.4. Формы и инструменты социального партнерства при взаимодействии бизнеса, государства и общества в области КСО	134
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	140
<i>Контрольные тесты</i>	140
Глава 6. Методы и способы взаимодействий в связке «бизнес — власть — общество»	142
6.1. Макрорегуляторы корпоративной социальной ответственности в связке «бизнес — власть — общество»	143
6.2. Институциональная среда взаимодействий бизнеса, власти и общества в области КСО	145
6.3. Рейтингование взаимодействий бизнеса, власти и общества в рамках КСО	155
6.4. Методика распознавания трудностей в организации взаимодействий «бизнес — власть — общество»	161
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	164
<i>Контрольные тесты</i>	164

Глава 7. Особенности соотношения государственного (муниципального, регионального, федерального), негосударственного и частного секторов в корпоративной социальной ответственности... 166

7.1. Цели взаимодействия государственного, негосударственного и частного секторов в области КСО в контексте социального развития российского общества	167
7.2. Современная характеристика государственного, негосударственного и частного секторов с позиций развития КСО.....	171
7.3. Роль и место национальных проектов в стратегическом развитии КСО	174
7.4. Социальные стратегические альянсы	178
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	183
<i>Контрольные тесты</i>	183

Глава 8. Методы борьбы с коррупцией и мошенничеством в связке «бизнес — власть — общество»185

8.1. Содержание, формы, виды и источники коррупции.....	186
8.2. Рынок коррупции и методы его оценки	190
8.3. Методы борьбы с коррупцией и мошенничеством.....	193
8.4. Основные положения Антикоррупционной хартии российского бизнеса.....	197
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	199
<i>Контрольные тесты</i>	199

Глава 9. Корпоративная социальная ответственность в контексте межкультурной среды201

9.1. Социокультурный аспект управления компаниями с учетом корпоративной социальной ответственности	202
9.2. Взаимосвязи социальной и духовной ответственности....	205
9.3. Влияние межкультурных различий на управление с учетом корпоративной социальной ответственности	210
9.4. Регуляторы корпоративной социальной ответственности в социосреде компании.....	211
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	214
<i>Контрольные тесты</i>	214

Раздел III ИНСТРУМЕНТЫ СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ

Глава 10. Социально ориентированный менеджмент218

10.1. Особенности менеджмента социально ориентированной компании.....	219
---	-----

10.2. Модели социально ориентированного управления	224
10.3. Модель управления по ценностям компании.....	229
10.4. Требования справедливости как регуляторы КСО компании.....	234
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	237
<i>Контрольные тесты</i>	238
Глава 11. Социально ориентированный маркетинг	240
11.1. Теоретические основания социально ориентированного маркетинга	241
11.2. Инструменты социально ориентированного маркетинга.....	245
11.3. Маркетинг, основанный на работе с социально значимой проблемой.....	250
11.4. Макро- и микрорегуляторы в социально ориентированном маркетинге	252
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	254
<i>Контрольные тесты</i>	254
Глава 12. Социальный проект	256
12.1. Социальный проект и его место в управлении компанией.....	257
12.2. Макро- и микрорегуляторы КСО в социальном проектировании.....	262
12.3. Жизненный цикл социального проекта	267
12.4. Разработка социального проекта	272
12.5. Реализация социального проекта	277
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	281
<i>Контрольные тесты</i>	281
Глава 13. Внутренняя и внешняя социальная политика компании	283
13.1. Сущность и этапы становления корпоративной социальной политики.....	284
13.2. Макрорегуляторы корпоративной социальной ответственности за социальную политику компании.....	291
13.3. Внутренняя социальная политика	295
13.4. Внешняя социальная политика	301
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	305
<i>Контрольные тесты</i>	306
Глава 14. Эффективность управления с учетом КСО.....	307
14.1. Взаимосвязи выгод компании и тягот ее корпоративной социальной ответственности.....	308
14.2. Способы этической фильтрации эффективности компании.....	313

14.3. Эффекты от социально ответственного поведения компании.....	317
14.4. Методики оценки эффективности корпоративной социальной политики компании.....	321
14.5. Макро- и микрорегуляторы эффективности компании в рамках ее КСО.....	326
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	328
<i>Контрольные тесты</i>	328

Глава 15. Социальный аудит и нефинансовая отчетность.....334

15.1. Социальный аудит	335
15.2. Развитие нефинансовой отчетности компаний	341
15.3. Виды и структура нефинансовой отчетности.....	344
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	347
<i>Контрольные тесты</i>	347

Раздел IV ФОРМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Глава 16. Сравнительный анализ зарубежного и отечественного опыта корпоративной социальной ответственности350

16.1. Общая методика сравнительного анализа лучших практик в области КСО.....	351
16.2. Пример сравнительного анализа практик КСО	360
16.3. Российский и зарубежный опыт реализации социальной ответственности	366
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	371
<i>Контрольные тесты</i>	372

Глава 17. Межрегиональные корпоративные программы компаний в системе социальной ответственности бизнеса373

17.1. Общая методика и методы социального программирования	374
17.2. Основные стимулы и формы интеграции социальных корпоративных программ в рамках КСО ...	380
17.3. Практическая основа реализации корпоративных социальных программ	383
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	386
<i>Контрольные тесты</i>	386

Глава 18. Организация благотворительности388

18.1. Благотворительность и ее новые формы.....	389
---	-----

18.2. Социальное предпринимательство как форма системной благотворительности.....	394
18.3. Законодательство о благотворительности в Российской Федерации.....	397
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	403
<i>Контрольные тесты</i>	403
Глава 19. Бережливое производство	405
19.1. Концепции бережливого производства в системе КСО	406
19.2. Структура системы бережливого производства социально ориентированного бизнеса.....	409
19.3. Синергетический эффект бережливого производства....	413
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	418
<i>Контрольные тесты</i>	419

Раздел V СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН КОМПАНИИ

Глава 20. Социальная ответственность бизнесменов	422
20.1. Мотивация социально ответственного поведения бизнесменов	423
20.2. Философия бизнеса и бизнесмена	428
20.3. Общая методика разработки философии бизнеса.....	434
20.4. Этическое оправдание и порицание богатства и собственности бизнесмена	440
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	444
<i>Контрольные тесты</i>	445
Глава 21. Социальная ответственность менеджеров	446
21.1. Принципы построения социальной ответственности менеджера	447
21.2. Способы пробуждения у менеджеров социальной ответственности	453
21.3. Методы изучения мнений топ-менеджеров в их оценках корпоративной социальной ответственности.....	460
21.4. Политико-экономические регуляторы и духовные побудители социально ответственного поведения топ-менеджеров	464
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	469
<i>Контрольные тесты</i>	470
Глава 22. Социальная ответственность работников	472
22.1. Социально ответственное поведение работников	473

22.2. Регуляторы социально ответственного поведения работника.....	477
22.3. Социально безответственное поведение работника и методы его предотвращения.....	484
22.4. Социальная ответственность работников в их саморазвитии и лидерстве	489
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	493
<i>Контрольные тесты.....</i>	493
Глава 23. Социальная ответственность инноваторов.....	495
23.1. Теоретические основы социально ответственного поведения инноваторов	496
23.2. Границы социальной ответственности инноваторов.....	502
23.3. Инструментарий микрорегуляторов социальной ответственности инноваторов	510
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	515
<i>Контрольные тесты.....</i>	515
Приложение 1. Рабочая программа по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» по направлению подготовки 080200.62 «Менеджмент» (квалификация (степень) «бакалавр»).....	519
Приложение 2. Практикум.....	535
Список рекомендуемой литературы.....	565
Ответы к тестовым заданиям	569

АВТОРСКИЙ КОЛЛЕКТИВ

Горфинкель Владимир Яковлевич — доктор экономических наук, профессор, заслуженный профессор и почетный работник ВЗФЭИ, профессор Института экономики и менеджмента ФГБОУ ВПО «Владимирский государственный университет им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», научный редактор учебника;

Родионова Наталья Владимировна — доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры «Менеджмент и маркетинг» ФГБОУ ВПО «Владимирский государственный университет им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», научный соредактор учебника, автор предисловия, глав 10, 14, 20, 21, параграфов 22.1 и 22.2, составитель рабочей программы, тестов, практикума и списка рекомендуемой литературы к главам 10, 14, 20, 21, параграфам 22.1 и 22.2;

Базилевич Ольга Игоревна — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Экономика и финансы» ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве РФ», филиала в г. Орле, автор главы 18, составитель тестов и списка рекомендуемой литературы к главе 18;

Дигилина Ольга Борисовна — доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Экономика» ФГБОУ ВПО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», автор главы 8, составитель рабочей программы, тестов, практикума, списка рекомендуемой литературы к главе 8;

Ерлыгина Елена Геннадьевна — кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг» ФГБОУ ВПО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», автор параграфов 22.3 и 22.4, составитель рабочей программы, тестов, практикума, списка рекомендуемой литературы к параграфам 22.3 и 22.4;

Захаров Павел Николаевич — доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономика и стратегическое управление», директор Института экономики и менеджмента ФГБОУ ВПО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», автор главы 19, составитель рабочей программы, тестов, практикума и списка рекомендуемой литературы к главе 19;

Кулькова Инна Анатольевна — доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры «Экономика труда и управления персоналом» ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», автор главы 9, составитель рабочей программы, тестов, практикума, списка рекомендуемой литературы к главе 9;

Лускатова Ольга Владимировна — доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой «Бухгалтерский учет, финансы и сервис» ФГБОУ ВПО «Владимирский государственный университет им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», автор главы 13, составитель рабочей программы, тестов и списка рекомендуемой литературы к главе 13;

Моргунова Наталья Владимировна — кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры «Менеджмент и маркетинг» ФГБОУ ВПО «Владимирский государственный университет им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», автор глав 4 и 16, составитель рабочей программы, тестов и списка рекомендуемой литературы к главам 4 и 16;

Моргунова Роксана Владимировна — кандидат экономических наук, доцент кафедры «Бухгалтерский учет, финансы и сервис» ФГБОУ ВПО «Владимирский государственный университет им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», автор главы 2, составитель рабочей программы, тестов и списка рекомендуемой литературы к главе 2;

Ползунова Наталья Николаевна — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг» ФГБОУ ВПО «Владимирский государственный университет им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», автор главы 23, составитель рабочей программы, тестов, практикума, списка рекомендуемой литературы к главе 23;

Рагулина Юлия Вячеславовна — доктор экономических наук, профессор, проректор по науке Московской академии предпринимательства при Правительстве Москвы, автор главы 7 (совместно с Федосовой Р. Н.), составитель рабочей программы и списка рекомендуемой литературы к главе 7;

Сивякова Милана Викторовна — кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры «Менеджмент» Владимирского филиала РАНХиГС, автор главы 17, составитель тестов и практикума к главе 17;

Тесленко Ирина Борисовна — доктор экономических наук, профессор и заведующая кафедрой «Экономика» ФГБОУ ВПО «Владимирский государственный университет им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», составитель тестовых заданий и практикума к главе 7;

Тихонюк Наталья Евгеньевна — кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг» ФГБОУ ВПО «Владимирский государственный университет им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», автор главы 11, составитель рабочей программы, тестов, практикума и списка рекомендуемой литературы к главе 11;

Трунин Григорий Александрович — кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и стратегическое управление», заместитель директора Института экономики и менеджмента ФГБОУ ВПО «Владимирский государственный университет им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», автор глав 1 и 15, составитель рабочей программы, тестов, практикума и списка рекомендуемой литературы к главам 1 и 15;

Федосова Раиса Николаевна — доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Экономика организации» ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве РФ», автор глав 5, 6 (совместно с Хейфицем Б. И.), 7 (совместно с Рагулиной Ю. В.), составитель рабочей программы и списка рекомендуемой литературы к главам 5, 6, 7;

Филимонова Наталья Михайловна — доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой «Менеджмент и маркетинг» ФГБОУ ВПО «Владимирский государственный университет им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», автор главы 3, составитель рабочей программы, тестов, практикума и списка рекомендуемой литературы к главе 3;

Хейфиц Борис Игоревич — кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры «Экономика организаций» ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», составитель рабочей программы и списка рекомендуемой литературы к главам 5, 6;

Щитко Владимир Сергеевич — кандидат экономических наук, доцент кафедры «Реклама и связи с общественностью» ФГБОУ ВПО «Владимирский государственный университет им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», автор главы 12, составитель рабочей программы, тестов, практикума и списка рекомендуемой литературы к главе 12.

ПРЕДИСЛОВИЕ

Все добрые, которые созидают и служат, совершенно особо относятся друг к другу: они узнают друг друга легко и скоро, испытывают взаимное доверие и сообща делают свое дело. Они сплетаются в одну живую ткань, которая охватывает их всех; они стараются расширить эту ткань, укрепить ее¹.

В зарубежном деловом мире активно развивается социальная парадигма предпринимательского мышления. Деловые люди подошли к осмыслению необходимости перехода от единовременных благотворительных акций к эффективной корпоративной социальной политике, требующей отдачи от социальных инвестиций. Исходя из этого в экономической практике растет потребность в социальном капитале и инструментах управления им, которые могут обеспечить условия для социального диалога и развития гражданского общества. Растет интерес к технологиям социального менеджмента. Все более ценится умение разрабатывать грамотные социальные проекты и программы, нефинансовую отчетность, проводить социальный аудит. Становится престижной профессия социального менеджера. Налаженные социальные связи помогают эффективному ведению экономической деятельности, а корпоративная социальная ответственность компании воспринимается как ее визитная карточка, подтверждающая достойную репутацию.

Социальная ответственность является единственным этическим оправданием экономической свободы рациональных субъектов. Эта добродетель может стать кредо современного общества, если оно научится делать его выгодно. Действия компании, предпринятые в рамках социальной

¹ Ильин И. А. Ответственность // Я вглядываюсь в жизнь. Книга раздумий. М. : Лепта, 2006. С. 200.

ответственности, — это своего рода социальный лифт, доставляющий ее на более высокий уровень делового мира. Они дают возможности самореализации в добродетелях, благодарного труда, духовно-нравственного совершенствования. Эффективность управления все более зависит от того, какую этическую и духовную нагрузку получают управленческие функции от их исполнителей. Совесть, инициативность, креативность, осмысленность результатов своего труда — эти качества политики, чиновники и участники бизнеса реализуют в рамках социальной ответственности. Ответственное вовлечение в политику, ответственное принятие управленческих решений бизнесменами и менеджерами компании, ответственный выбор потребителями товаров и услуг, честный и добросовестный труд работников несут колоссальные синергетические и мультипликативные эффекты. Эти эффекты мотивируют компании к социальной деятельности.

Социальный вектор экономики является спасительным для российского бизнеса. Давая критическую оценку модели свободного рынка, директор Института экономики РАН Р. С. Гринберг указал на необходимость социальных ориентаций в экономике: «Стало очевидным, что возведение эгоизма в ранг общественной добродетели наносит серьезный вред этическим скрепам социума. Неистовость в стремлении к гедонизму, консюмеризму и комфорту вытесняет такие ценности, как сострадание, сочувствие и солидарность, порождая в обществе разобщенность и апатию... Надо восстановить решающую роль социальной сферы и подчинить экономику обществу, так как именно она должна служить обществу, а не наоборот»¹.

К сожалению, российские бизнесмены и менеджеры пока не в полной мере осознали роль и значение социальной активности в деловом мире и не восприняли социальную парадигму предпринимательства так, как за рубежом, где давно признали ее объективную необходимость.

По данным Глобального мониторинга предпринимательства (Global Entrepreneurship Monitor), проводимого среди

¹ Гринберг Р. С. Когда идея становится слишком материальной силой // Россия в турбулентном мире: вызовы и императивы. Материалы к актовой лекции в Международном университете в Москве 25.09.2012. М. : ИД Международного университета в Москве, 2012. С. 27—29.

55 стран мира, уровень социальной активности российских компаний отмечен как самый низкий: в 6,5 раза ниже, чем в США, и в 3,5 раза ниже, чем в Великобритании¹.

Для того чтобы понять особенности управления и преимущества деятельности социально ориентированных коммерческих компаний и достойно выглядеть в свете социального позиционирования, будущим деловым людям необходимо изучение дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» (далее — КСО).

Данная дисциплина включена в состав базового цикла дисциплин (код УЦ ООП Б.3) в Федеральном государственном образовательном стандарте высшего профессионального образования третьего поколения по направлению подготовки 080200.62 «Менеджмент» (квалификация (степень) «бакалавр»), утвержденном приказом Министерства образования и науки РФ от 20.05.2010 № 544 (ФГОС ВПО). Тематика учебника по данной дисциплине сгруппирована в пять разделов. Теоретические и организационные аспекты концепции КСО освещены в разделе I, макроэкономические условия ее реализации — в разделе II, вопросы социально ориентированного управления компанией рассмотрены в разделе III. Раздел IV посвящен демонстрации прогрессивных форм и перспектив развития корпоративной социальной ответственности. В разделе V детально разбирается содержание и мотивационные регуляции социальной ответственности основных заинтересованных сторон компании: бизнесменов, менеджеров, работников и инноваторов. Учебник содержит рабочую программу, практикум, тестовые задания, а также список основной и дополнительной литературы, рекомендуемой студентам для более глубокого изучения проблематики в области корпоративной социальной ответственности.

В данном учебнике обобщено и показано большое количество научных, учебных и практических материалов о социальной ответственности. Нашли отражение свежие наиболее интересные публикации о КСО за 2010–2013 гг., а также апробированные результаты авторских исследований.

¹ Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2009. СПб. : Высшая школа менеджмента, 2010. С. 41–42. В источнике: *Благов Ю. Е., Арай Ю. Н.* Социальное предпринимательство: проблемы типологии // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. 2010. Вып. 3. С. 110–111.

Новизна настоящего учебника, отличающего его от других учебных изданий по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность», состоит в следующем:

- изложена в простом и доступном для понимания обучающихся стиле история возникновения и эволюции концепции корпоративной социальной ответственности; обобщены лучшие практики нефинансовой отчетности компаний (Г. А. Трунин);

- показаны современные тенденции развития подходов к КСО, основанные на страновых различиях (Р. В. Моргунова);

- рассмотрена эволюция концепции устойчивого развития во взаимосвязи с концепцией корпоративной социальной ответственности; представлены основные макрорегуляторы деятельности компаний в области устойчивого развития (Н. М. Филимонова);

- даны апробированные на практике авторские методические наработки по оценке взаимодействий бизнеса, власти и общества в рамках КСО, распознаванию трудностей этого взаимодействия; показана авторская кластеризация регионов в зависимости от уровня их социально-экономического развития с учетом реализации национальных проектов (Р. Н. Федосова);

- коррупция показана как экономическое социально безответственное явление, преодолеть которое возможно при помощи развития государственно-частного партнерства в рамках КСО (О. Б. Дигилина);

- показан способ анализа конъюнктуры социокультурной среды с учетом ее духовной ауры, результаты которого целесообразно учитывать при принятии управленческих решений в рамках КСО (И. А. Кулькова);

- обобщены и адаптированы к тематике КСО традиционные и инновационные регулятивы КСО и их инструменты; предпринята попытка рассмотрения социальной ответственности бизнесменов, менеджеров и работников в этическом и духовном контекстах, с учетом которых предложены структуры систем регуляции их социально ответственного поведения (Н. В. Родионова);

- обобщены и показаны принципы совершенствования системы управления маркетинговой активностью компании с помощью инструментов социально ответственного мар-

кетинга и индикаторы, позволяющие оценивать эффективность их использования (Н. Е. Тихонюк);

- раскрыты методика разработки и реализации социальных проектов и механизмы вовлечения в них заинтересованных групп общественности (В. С. Щитко);

- выделены особенности формирования корпоративной социальной политики в условиях глобализации и экономического кризиса; при их рассмотрении отражен переход на международные принципы оценки результативности социальной политики компании (О. В. Лускатова);

- разобрана авторская методика сравнительного анализа практик социальной ответственности компаний с пошаговым алгоритмом ее применения на примере конкретных практик КСО (Н. В. Моргунова);

- адаптированы к решению проблем КСО общая методика и методы социального программирования; дана классификация социальных проблем, необходимая для обоснованного распределения ресурсов общества (М. В. Сивякова);

- благотворительная деятельность компании изложена с позиции христианской добродетели любви к ближнему (О. И. Базилевич);

- рассмотрена концепция бережливого производства в качестве обязательного элемента КСО, ориентирующего на подчинение целей бизнеса интересам потребителя (П. Н. Захаров);

- социальная ответственность инноваторов раскрыта в разрезе этапов инновационного процесса; представлены инструменты микрорегулирования социальной ответственности инноваторов (Н. Н. Ползунова).

Свою задачу авторы учебника видели в том, чтобы студенты получили не только учебник о социальной ответственности, но и книгу о деятельном добре. Авторы надеются, что будущие деловые люди благодаря этой книге по-новому станут относиться к своей работе, к друг другу, обретут чувствительность к проявлениям добра и зла, осознают потребность в доброделании, выработают умение мотивировать к этому других.

В ФГОС ВО определены профессиональные задачи по изучению дисциплины «Корпоративная социальная ответственность», а также соответствующие им профессиональные компетенции бакалавра в разрезе видов его профессиональной деятельности.

Профессиональные задачи и требования к компетенциям при изучении дисциплины «Корпоративная социальная ответственность»

Вид профессиональной деятельности	Профессиональные задачи	Основные профессиональные компетенции бакалавра (ПК)
Организационно-управленческая	- Разработка стратегии и политики организации с учетом корпоративной социальной ответственности; - разработка и реализация социальных проектов и плана социального развития организации; - мотивация социальной ответственности персонала; - нефинансовая отчетность и социальный аудит	Знания - основ межкультурных отношений в менеджменте (ПК-25); - основных понятий и подходов к корпоративной социальной ответственности в зарубежной и отечественной теории; - стандартов в области социальной ответственности; - лучших практик в области корпоративной социальной ответственности российских и зарубежных компаний; - основных методов, моделей и инструментов социально ориентированного управления компаниями; умения - эффективно организовывать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды (ПК-5); - оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений (ПК-8); - анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-9); - учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации (ПК-16); - эффективно выполнять свои функции в межкультурной среде (ПК-25); владения - различными способами разрешения конфликтных ситуаций (ПК-6); - методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения (ПК-20)
Предпринимательская	Разработка доходного социального проекта	Способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности (ПК-50)

Кроме этого в результате изучения данной дисциплины обучающийся должен развить следующие общекультурные компетенции (ОК):

- способность занимать активную гражданскую позицию (ОК-3);
- умение анализировать и оценивать исторические явления и процессы (ОК-4);
- культуру мышления, способность к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-5);
- способность анализировать социально значимые явления и процессы (ОК-13);
- способность придерживаться этических ценностей и здорового образа жизни (ОК-22).

Авторы будут признательны читателям за предложения по улучшению содержания и структуры учебника.

Раздел I
ТЕОРИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ
УПРАВЛЕНИЯ В РАМКАХ
КОРПОРАТИВНОЙ
СОЦИАЛЬНОЙ
ОТВЕТСТВЕННОСТИ



Глава 1

КОНЦЕПЦИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

*Каждый человек несет ответственность
перед всеми людьми за всех людей и за все¹.*

Развиваемые компетенции:

знать

- законы развития социально ориентированной деятельности;
- историю возникновения понятия «социальная ответственность» и основные этапы эволюции взглядов на социальную ответственность компаний;
- современные представления о сущности корпоративной социальной ответственности, ее статусе, объектах, предметах и основных задачах;

уметь

- определять современные концепции корпоративной социальной ответственности и учитывать их в практике управления;
- анализировать и оценивать события и процессы с учетом корпоративной социальной ответственности;

владеть

- социально ориентированным мышлением и навыками оценки влияний социальных факторов на развитие компании;
 - способностью оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений для различных контрагентов.
-

¹ Изречения Ф. М. Достоевского. URL: <http://www.genialnee.net/themes/otvetstvennost> (дата обращения: 30.03.2013).

1.1. История развития концепции корпоративной социальной ответственности

*Сменил человек внутри себя гнев на милость. И никак не поймет. Почему и вокруг него все изменилось...*¹

Представления о роли деятельности в развитии общества ведутся существуют с древних времен, еще Аристотель рассматривал феномен ответственности в системе трех координат: экономических, юридических и этических отношений².

Однако только с 50-х гг. XX в. происходит бурное переосмысление классических представлений о роли хозяйственной деятельности в сторону повышения социальных обязательств. (На Западе еще с XV в. словом бизнес (англ. *business* от *busy* – деятельный, занятой) стали называть хозяйственную деятельность, к XX в. слово прочно укоренилось в всем мире для обозначения широкого спектра деятельности.) С этого момента по настоящее время в мировой литературе по менеджменту появилась серия концепций, связанных с проблемой ответственности бизнеса и самих предпринимателей, среди которых наибольшую известность получили концепции: *корпоративная социальная ответственность*, *стейкхолдеров*³, *устойчивого развития* и прочие. Последовательно развиваясь, указанные концепции, не замечая друг друга, аккумулировали в себе достижения предыдущих.

Одним из первых проявлений социальной ответственности, уходящих своими корнями в прошлое, можно считать *благотворительность*. Изначально это явление носило частный характер, поскольку пожертвования, материальная помощь бедным, попечительство над сиротскими домами, лечебницам считались богоугодным делом для представителей состоятельного сословия, промышленников, купцов. Однако по мере увеличения масштабов промышленной деятельности круг вопросов, относящихся к сфере социальной

¹ Монах Варнава (Санин). Мы и мир // Маленькие притчи для детей и взрослых. В 5 т. Т. 4. Духовное преображение. С. 118.

² Никитина Л. М. Система корпоративной социальной ответственности в России: содержание, факторы развития, механизм управления : дис. на соискание уч. ст. д-ра экон. наук. Воронеж, 2011. С. 18–19.

³ Стейкхолдер (англ. *stakeholder*) — участник совместного дела, пайщик.

ответственности бизнеса, постепенно расширялся. Индустриальный переворот конца XVIII—XIX вв, приведший к усилению конкуренции и росту рабочего движения, стал причиной, побудившей владельцев фабрик, заводов, промышленных компаний, пойти на смягчение условий труда наемных работников и предоставление дополнительных гарантий деловым партнерам.

Все эти явления стали предтечей развития современных подходов к корпоративной социальной ответственности¹.

Идеи необходимости сочетания интересов бизнеса и общества появились в период развития индустриального и становления постиндустриального общества как реакция на новые требования, предъявляемые к человеческому капиталу². Так, в начале XX в. в бизнес-сообществе возникли идеи о том, что компании обязаны использовать свои ресурсы, обеспечивая благосостояние общества в целом. К примеру, американский сталепромышленник, филантроп Эндрю Карнеги к началу XX в. обосновал в США более двух тысяч публичных библиотек и по праву считается основателем доктрины «капиталистической благотворительности», утверждавшей, что прибыльные и успешные организации должны жертвовать часть своих средств на благо общества.

Стоит особо отметить вклад в развитие теории КСО К. Маркса и Ф. Энгельса, которые в трудах не только вскрыли существующие противоречия в обществе в исторической ретроспективе, но и вывели на новый уровень вопросы классовой борьбы и роли рабочих в формировании политической и экономической систем, а также общества в целом. Разгоревшаяся полемика вокруг их учения стала теоретическим базисом в определении роли и вклада частного бизнеса и крупного капитала в развитие общества.

Поворотным моментом в отношении бизнеса и общества стали Великая депрессия 1930-х гг. в США и кризис экономик стран Европы, опустошенных Второй мировой войной, которые породили шквал законопроектов, направленных на усиление защиты общественных интересов и гарантий прав рабочих. В результате стало понятно, что классиче-

¹ Корпоративная социальная ответственность: новая философия бизнеса : учеб. пособие. М. : Внешэкономбанк, 2011. С. 4—5.

² Данилова О. В. Социальная ответственность бизнеса в системе рыночного хозяйства (теоретико-экономический аспект) : дис. на соискание уч. ст. д-ра экон. наук. М., 2009. С. 77.

ские представления А. Смита о рыночной экономике как самодостаточной системе потерпели неудачу, а провалы государственного управления того времени породили необходимость развития механизмов общественного контроля и преобразовании теоретических представлений о балансе рыночной экономики и государственного управления.

Известный американский экономист XX в. Дж. М. Кларк считал, что целью управления являлось «сбалансированное общество», в котором частная деятельность в сочетании с правительственным контролем могли бы обеспечить равновесие между эгоистическим интересом и общественными интересами. Свободные люди, писал он, должны работать сообща, чтобы возобладало чувство ответственности. Экономика неразрывно связана с жизнью общества, и формирование социального ориентированного мышления, опирающегося на этические критерии, не могло не отразиться и на новом качестве труда, а соответственно — на экономике. Развитие цивилизации на основе социального сотрудничества людей предполагает активное участие населения и бизнеса в решении проблем, как мелких локальных сообществ, так и на общегосударственном уровне¹.

Термин КСО был введен в оборот в 1953 г.² американским ученым Г. Боуеном. В его работе освещена концептуальная проблема, заключающаяся в том, что бизнес — это часть общества, перед которым он несет ответственность³.

Во второй половине XX в. мир вступил в новый этап научно-технической революции — век электроники, которая совершила переворот во всех отраслях общественного воспроизводства: материальной, сфере услуг, сфере умственного труда человека. Эти изменения повлекли за собой не только колоссальное развитие и усложнение производственных отношений и общественного устройства, но и вызвали пересмотр подходов к определению ключевых факторов конку-

¹ Орлов Е. В. Корпоративная социальная ответственность : учеб. пособие. Н. Новгород : Изд-во ННГАСУ, 2012. С. 7.

² В 1953 г. была опубликована монография Г. Боумена «Социальная ответственность бизнесмена». Именно этот период времени считается основанием концепции КСО.

³ Зарецкий А. Д., Иванова Т. Е. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика // Корпоративный менеджмент. URL: http://www.rae.ru/use/?section=content&op=show_article&article_id=7981603 (дата обращения: 28.03.2013).

рентоспособности¹. Компании стали рассматривать работников как источник генерирования идей и инноваций.

В этот же период времени происходит ряд скандалов и инцидентов, связанных с ответственностью бизнеса: возгорание реки Кайахога в США от чрезмерного загрязнения в 1969 г.², взрывы на химической фабрике в Севезо (Италия) в 1976 г. и на АЭС Три-Майл-Айленд в 1979 г. (крупнейшая ядерная авария в США); серии катастроф самолетов, морских судов и железнодорожного транспорта и прочие подобные события. Большинство этих техногенных катастроф было вызвано пренебрежительным отношением к правилам техники безопасности со стороны руководства компаний. Эти события в струе политических и социальных перемен дали толчок интенсивному развитию общественных движений в экономически развитых странах. В критике решений и действий бизнеса зарождались предпосылки нового характера рыночных отношений: потребители добровольно отказывались приобретать товары и пользоваться услугами безответственных компаний; возрастала активность профсоюзного движения и некоммерческих общественных организаций³.

Под давлением общественности в странах Западной Европы и США ужесточается трудовое и экологическое законодательство, появляются специализированные международные организации и формируются государственные учреждения по контролю социальных аспектов деятельности компаний, таких как охрана труда, права человека, экология и т.д.

Для того, чтобы адаптироваться к изменяющимся условиям внешней среды, компании стали применять концепцию КСО как инструмент управления рисками, ограничивая понимание ее сути реакцией на внешние воздействия. Компании разрабатывают различные стандарты, правила, регламенты и документы, которые становятся частью управленческой системы. Формируются механизмы предотвращения возможных рисков, связанных с их деятельностью. Эти меры способствовали зарождению новых форм взаимодействия бизнеса, общества и государства.

¹ Данилова О. В. Указ. соч. С. 43.

² Это событие вызвало резкий общественный резонанс, в результате которого было создано Агентство США по охране окружающей среды и приняты ряд федеральных законов «О контроле за недопущением загрязнения воды», «Соглашение о качестве воды в Великих озерах» и т.д.

³ Именно в это время была основана знаменитая экологическая общественная организация Greenpeace.

Особую роль в развитии концепции КСО сыграла работа Римского клуба¹.

В 1970-е гг. его деятельность способствовала возникновению новой концепции управления, получившей название «**устойчивое развитие**». Ее предпосылкой стал прогноз развития человечества (планеты Земля), который предрекал, что при сохранении существующих тенденций научно-технического прогресса, масштабного и неумеренного использования природных ресурсов, роста численности населения планеты и экономического развития человечество неминуемо ожидает катастрофа в первой половине XXI в. Однако в полной мере прогнозы не оправдались, но по-прежнему сохранились тревожные тенденции. Исследовательская деятельность Римского клуба сыграла важную роль в осознании того, что современное общество потребления и траектория расширенного воспроизводства имеют социальные ограничения и пределы роста. Таким образом, была обоснована необходимость глобального перехода к концепции устойчивого развития. **Концепция устойчивого развития** предполагает заботу об окружающей среде и справедливое распределение ресурсов, а также заботу о благополучии и возможностях будущих поколений. Такое развитие полагается на возобновляемые ресурсы и тщательно управляет ресурсами и потоком вещества².

В конце 70-х гг. XX в. ведущие компании США и Великобритании начали понимать необходимость объединить разрозненные элементы корпоративной политики, определяющие взаимоотношения компании с внешней средой, и выработать целостные подходы к взаимодействию с обществом. Важно было увязать философию компании, ее маркетинговую стратегию с ожиданиями общества³. Это в свою очередь потребовало пересмотреть принципы стратегического управления с учетом КСО. Исходя из этого концеп-

¹ Римский клуб был основан в 1968 г. как международная общественная организация, в которую входят ведущие представители мировой политической, экономической, культурной, экологической и научной элиты. Этой организацией был положен ряд исследований по широкому кругу вопросов (энергетика, мировая демография, международная политика, экология, ресурсообеспечение, мировая экономика, здравоохранение и т.д.). Рекомендации, разработанные Римским клубом, легли в основу не только развития некоторых государств, но и стали стратегическими приоритетами для отдельных отраслей, корпораций и компаний.

² Сандстрем Т., Риден Л. Перспективы устойчивого общества / Baltic University Programme. URL: <http://www.balticuniv.uu.se/index.php/downloads/> (дата обращения: 28.03.2013).

³ Орлов Е. В. Указ. соч. С.10.

цию КСО включили в структуру менеджмента компаний в качестве элемента стратегического управления.

Те компании, которые не пересматривали принципы стратегического управления с учетом КСО, попадали в сферу особого внимания общественности. Так, крупнейший в мире производитель продуктов питания, в том числе бутилированной воды, — компания Nestle стала главной мишенью экологических дебатов об истощении запасов пресной воды, хотя компания потребляла лишь 0,0008% ее мировых запасов¹. Под давлением общественности компания была вынуждена разработать социальные и экологические программы, чтобы снизить общественный резонанс.

Следует отметить, что переход бизнеса к идеям КСО не всегда был добровольным. Так, крупный бизнес вынужден был брать на себя часть ответственности за решение нарастающих проблем в социально-трудовой сфере. В противном случае он стал бы их первой жертвой².

Развернувшаяся в передовых странах в конце 70-х — начале 80-х годов XX столетия вторая волна научно-технического прогресса ознаменовала новую эру в экономике — эпоху знаний. Знания и информация стали основными стратегическими ресурсами экономической деятельности, поскольку конкурентоспособность бизнеса напрямую зависит от способностей, образования, навыков и здоровья работников. В современном мире именно интеллектуалоемкость дает бизнесу перспективу развития³.

Развитие концепции человеческого капитала укрепило влияние КСО как части корпоративной ценности и элемента культуры компании. Социальная и экологическая ответственность стали рассматриваться не только в качестве ключевого фактора конкурентоспособности компании, но и как дополнительный инструмент внутрифирменного управления и, особенно, мотивации персонала.

Результаты различных исследований, установивших положительное влияние КСО на имидж компании, спрос на ее товары и услуги, а также ее рыночную стоимость, повысили интерес к концепции КСО.

¹ Савицкая Л. Корпоративная социальная ответственность: кому быть лидерами в XXI веке? // Управление компанией. 2007. № 7. URL: <http://www.management.com.ua/strategy/str166.html> (дата обращения: 30.03.2013).

² Доничев О. А. Регулирование процессов формирования и управления инновациями в регионе : монография. Владимир : Собор, 2010. С. 44.

³ Данилова О. В. Указ. соч. С. 77—80.

Особый интерес идеи КСО представляли для финансового сектора, который отреагировал на них появлением практики социально ответственного финансирования. Теперь в процессе принятия решений о выделении финансирования наряду с экономической рентабельностью учитывались экологические и социальные эффекты. Для оценки результативности компаний с учетом КСО и ее устойчивого развития были разработаны фондовые индексы, такие как Dow Jones Sustainability Index (DJSI) и FTSE4GOOD¹.

На рис. 1.1 приведена картина основных этапов развития концепции КСО.



Рис. 1.1. Эволюция концепции корпоративной социальной ответственности

¹ Корпоративная социальная ответственность: новая философия бизнеса : учеб. пособие. М. : Внешэкономбанк, 2011. С. 6.

Долгое время социальная ответственность была частью личного выбора каждого бизнесмена и носила хаотичный характер, но, преодолев долгий эволюционный путь, эта теория стала новой идеологией развития бизнеса. С ростом социальной напряженности, с одной стороны, и научно-техническим прогрессом — с другой, социальная ответственность становится стабильным направлением деятельности многих компаний.

1.2. Сущность корпоративной социальной ответственности

В настоящее время сущность и содержание корпоративной социальной ответственности достаточно широко обсуждается. Тем не менее единого взгляда на определение термина КСО, отражающего его сущность, пока не сформировалось. На это есть объективная причина — сфера ответственности бизнеса становится зыбкой и непонятной. Ясно, что бизнес отвечает перед акционерами за получение прибыли и выдачу дивидендов, перед клиентами — за качество продукта или услуги, перед государством — за уплату налогов и соблюдения законодательства. Есть ответственность отдаленная, и потому спорная. Отвечает ли, к примеру, бизнес перед обществом: если да, то перед кем конкретно, и за что? Отвечает ли бизнес за экологию, если он уже откупился от власти штрафами и продолжает загрязнять окружающую среду? Как оценить отсроченную ответственность перед будущими поколениями?¹

В современном понимании концепции ведения бизнеса можно выделить три крупных теории².

Первая и наиболее традиционная теория основана на увеличении прибыли для своих акционеров, собственников и инвесторов и носит название **теории корпоративного эгоизма**. Максимизация прибыли компании является инструментом общественного развития, так как с ростом рыночной стоимости компании и ее доходов растет оплата труда, реализуется больше бизнес-проектов, увеличиваются налоговые поступления в бюджеты, следовательно, происходит развитие общества. «Пусть лучше бизнесмены ведут свое дело

¹ Туркин С. В. Социальные инвестиции в бизнесе. М. : Русский университет, 2002. С. 11.

² Туркин С. В. Зачем бизнесу социальная ответственность? // Корпоративный менеджмент. URL: <http://www.cfn.ru/press/zhuk/2004-7/16.shtml> (дата обращения: 28.03.2013).

честно, чем отдают часть сверхприбыли на благотворительность», — говорил Теодор Рузвельт. Американский экономист Майкл Фридмен прямо заявил, что «бизнес бизнеса есть бизнес»¹.

Вторая теория появилась практически одновременно с теорией корпоративного эгоизма, но полностью противоречит ей. Эта теория носит название **теории корпоративного альтруизма** и ее суть заключается в обязанности бизнеса вносить значительный вклад в улучшения качества жизни персонала, населения и общества в целом, повышая общее благосостояние.

Третья теория — это **теория разумного эгоизма**. Эта теория основана на том, что социальная ответственность представляет собой эффективный инструмент стратегического развития компании, так как сокращает долгосрочные потери прибыли. Социальная ответственность с позиции теории разумного эгоизма — это возможность для компании реализовать свои основные потребности в выживании, безопасности и устойчивости.

В настоящее время понятие КСО вбирает в себя различные аспекты — под ним понимается благотворительность, меценатство, социально-маркетинговые программы, спонсорство, филантропия и т.д.² Более подробно эти понятия будут рассмотрены в главе 18.

Под *корпоративной социальной ответственностью* чаще всего подразумевают концепцию, согласно которой бизнес, помимо соблюдения законов и производства качественного продукта или услуги, добровольно принимает на себя дополнительные обязательства перед обществом и своими работниками следовать высоким стандартам поведения в соответствии с этическими нормами, инвестировать в устойчивое развитие общества в местах его оперирования. Применительно к крупному бизнесу это означает, что экономическая эффективность не может быть самоцелью. Бизнес должен одновременно способствовать гармоничному развитию общества в целом³.

¹ Корпоративный менеджмент // Демидов Е. Е., Николаева М. И. Корпоративная социальная ответственность: сообразим на троих. URL: :www.sfn.ru (дата обращения: 28.03.2013).

² Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ (ред. от 23.12.2010 № 383-ФЗ) «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» [Электронный ресурс]. URL: http://base.consultant.ru (дата обращения: 30.03.2013).

³ Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект : монография / под общ. ред. И. Ю. Беляевой, М. А. Эскиндарова. М. : КноРус, 2008. С. 23.