

УДК 330.163.1

DOI: 10.17223/19988648/42/15

**Е.В. Матвеева**

## **ИНСТИТУТ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ КАК МЕХАНИЗМ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОТРЕБНОСТЕЙ ОБЩЕСТВА**

*В статье рассмотрены функции корпоративной социальной ответственности в отношении удовлетворения социально-экономических потребностей общества. Произведена уровневая дифференциация потребностей для выявления эффективных взаимосвязей между субъектами социального государства. В настоящее время отчетность по корпоративной социальной ответственности в России не является структурированной. Согласно ситуации были выдвинуты гипотезы. Для их подтверждения проведен анализ отчетности российских компаний, отличающихся по объемам выручки. Рассмотрено влияние размера компании на форму и содержание корпоративной социальной отчетности.*

*Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, модель корпоративной социальной ответственности, формы КСО, социальная отчетность, социальный капитал, социально-экономические потребности, корпоративное гражданство, уровневая дифференциация.*

Современный стремительно развивающийся мир ставит проблему эффективного предоставления социальных и экономических благ особенно остро. Динамика развития общества и увеличения масштабов деятельности компаний приводит к изменению содержания и формы потребностей.

В настоящий период общество предъявляет требования не только к государству, но и к организациям, масштаб деятельности и размеры которых сегодня позволяют им управлять внешней средой и активно ее формировать. Можно утверждать, что деятельность организации попадает в поле внимания многих заинтересованных сторон: жителей региона деятельности организаций, профсоюзов, представителей сообществ по сохранению экологии и защите прав человека, местной власти. По определению каждая организация, начав экономическую деятельность, непременно берет на себя и социальные обязательства. Однако сегодня происходит увеличение спектра социальных обязательств в ответ на требования общества. Организация сталкивается с требованием различных стейкхолдеров, заинтересованных сторон, влияние которых определяет расширение обязанностей организации перед обществом. Таким образом, организации выстраивают свою деятельность не только на основе экономической политики, но и на основе социальной политики, в которую закладывают действия по управлению вызовами и требованиями внешней среды.

Экономическая политика организации отвечает за оптимизацию процессов для цели получения прибыли, а социальная политика является ме-

ханизмом капитализации этой прибыли в виде создания общественных благ для заинтересованных сторон за пределами организации – в социуме. Ввиду таких требований со стороны общества организации вынуждены прорабатывать и создавать эффективную внутреннюю политику инвестиций в социальную сферу.

В современной экономике корпоративная социальная ответственность (КСО) является наиболее совершенной политикой для получения синергии в отношении взаимодействия экономики и социальной сферы. На данный момент теоретическая база для эффективного изучения феномена КСО и его роли в деятельности организаций весьма обширна. Теоретической основой мы можем назвать работу американского экономиста Г. Боуэна «Социальная ответственность бизнесмена», именно он в 1953 г. положил начало современным исследованиям. По мнению Г. Боуэна, бизнесмен должен принимать решения, основываясь на целях и ценностях общества [1]. Последователи Г. Боуэна К. Девис и Р. Бломстр определили направленность КСО как обязанность лиц, принимающих решения, предпринимать такие действия, которые будут направлены не только на удовлетворение их собственных интересов, но также на защиту и приумножение общественного богатства [2]. В работах прошлого столетия можно проследить поиск определения КСО и постепенное оформление единых черт, присущих концепции. Современная позиция авторов, изучающих КСО, заключается в вычлениении из методологии КСО новой формы – корпоративного гражданства (КГ). О корпоративном гражданстве впервые заговорили в начале 2000-х гг., и основоположниками теории КГ стали Д. Маттен, А. Крейн и Дж. Мун, положившие начало формированию концепции КГ в работах: «Corporate citizenship: toward an extended theoretical conceptualization» (2005) и «Corporations and citizenship: business, value creation, and society» (2008) [3]. Сложности понимания КГ исследовал Б. Альтман [4]. В работе Д. Бауман-Пауля и А. Шерера «The Organizational Implementation of Corporate Citizenship: an Assessment Tool and its Application at UN Global Compact Participants» (2012) впервые предложены практические рекомендации по внедрению принципов КГ в деятельность организаций [5].

Основываясь на теоретических разработках в области КГ, автор данной статьи конкретизировал признаки, отличающие КГ от КСО. Подтверждение взаимосвязи между миссией компании и принципами КГ, отраженное в статье «Корпоративное гражданство как философия социально ответственного бизнеса: новый уровень развития», внесло научную новизну в теорию КСО [6]. Будучи фундаментом для КГ, социальная ответственность компаний в первую очередь является ответом на потребности общества и направлена на выполнение следующих функций:

– функции распределения капитала. Политика КСО подразумевает выход за пределы минимума, определенного законом, и улучшение социальной сферы;

– функции воспроизводства человеческого капитала. Политика КСО отдает приоритет развитию человеческого капитала и включает в себя дей-

ствия по развитию человека, основной чертой деятельности которой в рамках организации является непрерывное обучение;

– функции обеспечения коммуникации между субъектами социальной, политической и экономической сфер общества. Политика КСО рассматривает социальный капитал как источник получения материальных выгод, приемлемых для всех участников деловых отношений;

– функции создания гражданского общества. КСО воздействует на приращение социального капитала, влияющего на создание новых уровней культурного развития за счет развития социальных сетей и эффективности взаимосвязи между ними в обществе. Социальные взаимосвязи становятся ресурсом для получения долгосрочных выгод.

Взаимосвязь КСО и развития общества происходит из возможности интеграции результатов действий в сфере КСО в устойчивое развитие; КСО может служить одним из институтов, который способствует устойчивому развитию. Согласно определению ООН устойчивое развитие – это процесс изменений, в котором эксплуатация природных ресурсов, направление инвестиций, ориентация научно-технического развития, развитие личности и институциональные изменения согласованы друг с другом и укрепляют нынешний и будущий потенциал для удовлетворения человеческих потребностей и устремлений [7]. В свою очередь, КСО определяется как политика организации бизнеса, основанная на принципах социальной ответственности, соответствия социальным ожиданиям, обеспечения непрерывного создания новых знаний, развития человека, заботы об окружающей среде, гармонично интегрируется в определение устойчивого развития. Таким образом, мы вводим уровневую дифференциацию этих понятий. Устойчивое развитие – это результат действия нескольких процессов, происходящих на разных уровнях: организации, государства и общества.

КСО также можно рассматривать на разных уровнях, и разные уровни будут оказывать разную степень влияния в зависимости от масштабов организации. Степень влияния может иметь как местный, так и региональный, и страновой, а также межстрановой характер.

Прежде чем проводить уровневый анализ применения принципов КСО, стоит определить, в каком социуме возможно оптимальное функционирование данной политики. На наш взгляд, реализация принципов КСО возможна в обществе, отличающиеся высоким уровнем развития экономики, социальной сферы, культуры, которые образует в целом социальное государство. Социальное государство – система государственного регулирования общественных отношений, при которой материальные блага распределяются в соответствии с принципом социальной справедливости в целях обеспечения каждому человеку достойного уровня жизни и минимальных возможностей для самореализации, устранения социальных противоречий и конфликтов, помощи нуждающимся [8. С. 18]. Первые работы по определению понятия «социальное государство» появились в середине XIX в., когда Лоренц фон Штейн включил в перечень функций государства обеспечение абсолютного равенства в правах как для всех общественных клас-

сов и групп, так и для каждой личности в отдельности. Государство, согласно Лоренцу фон Штейну, должно способствовать экономическому и общественному прогрессу всех своих граждан, ибо в конечном счете развитие одного выступает условием развития другого, и именно в этом смысле говорится о социальном государстве [9. С. 7].

В каждом государстве может приниматься своя политика по развитию социальной сферы. В самом общем значении под социальной политикой понимается система информационных и управленческих видов деятельности органов государственной власти и социальных общностей, в том числе субъектов бизнеса и гражданского социума, по обеспечению реально возможных показателей общечеловеческих гуманных и справедливых режимов благосостояния населения. Социальная политика в условиях рыночной экономики реализуется как в форме концепции государства всеобщего благосостояния, так и в форме вовлечения субъектов корпоративной социальной ответственности, в том числе субъектов бизнеса и гражданского общества, в решение социальных проблем государства и иных групп социальных общностей [10. С. 184].

Если рассматривать социальное пространство как многоуровневое поле деятельности субъектов, то можно провести градацию четырех уровней. Субъекты социального государства представлены в табл. 1.

*Таблица 1. Уровни взаимодействия субъектов государства*

| Уровень       | Субъекты власти   | Субъекты бизнеса       | Субъекты регулирования взаимоотношений | Субъекты информации               |
|---------------|---|------------------------|--|-----------------------------------|
| Межстрановой  | Альянсы, группировки, союзы и другие геополитические объединения государств | ТНК                    | Международные организации              | СМИ                               |
| Национальный  | Федеральные органы государственной власти                                   | Лидеры бизнеса         | НКО                                    | Отчеты по устойчивому развитию    |
| Региональный  | Региональные органы власти  | Крупный бизнес         | Союзы и ассоциации предпринимателей    | Отчеты по социальной устойчивости |
| Муниципальный | Органы местного самоуправления  | Малый и средний бизнес | Профсоюзы и объединения                | Социально-ответственный маркетинг |

На каждом уровне субъекты выполняют определенный набор функций и, взаимодействуя друг с другом, оказывают влияние на среду своей деятельности. Взаимосвязь и взаимодополняемость уровней особенно важна при рассмотрении концепции устойчивого развития, так как ее эффективное исполнение на высших уровнях невозможно без выполнения социальных обязательств бизнесом и государством на муниципальном уровне. Более того, субъекты социального государства являются объединениями ин-

дивидов, различающихся масштабами и видом деятельности. И каждый индивид предъявляет свои требования к удовлетворению собственных потребностей на своем уровне. Для целей анализа потребностей будем использовать принцип пирамиды потребностей и покажем, как на каждом уровне изменяются цели и задачи.

Основополагающей теорией удовлетворения потребностей человека является классификация потребностей Абрахама Маслоу. Пирамида, в которой условно расположены уровни потребностей человека, основана на принципе того, что каждый следующий уровень может быть достигнут при удовлетворении предыдущего. Первый (базовый) уровень – это физиологические потребности по обеспечению жизнедеятельности (сон, пища, отдых). Над ним находится второй уровень – уровень потребности в безопасности, который подразумевает защиту и желание получить уверенность в будущем, обеспечение защиты здоровья. На третьем уровне Абрахам Маслоу расположил потребность в социализации, где под социализацией понимается общение, наличие семьи, возможность любить и дружить. Четвертый уровень – это потребность в уважении и признании, возможности уважать себя и уважать других. Пятый уровень – это потребность в самореализации, персональном развитии, т.е. удовлетворение духовных потребностей [11. С. 455].

Мы предлагаем конкретизировать данную модель на индивидуальном уровне, где субъектом выступает работник организации, а также на организационном уровне, где субъектом выступает сама организация. В табл. 2 представлены потребности работников.

*Таблица 2. Социально-экономические потребности работника*

| Потребности                 | Конкретизация потребностей на уровне работников   |
|-----------------------------|---|
| Физиологические потребности | Потребность в заработной плате, в выходных днях и отпуске. Потребность в рабочем месте, инфраструктуре для деятельности, техническом и материальном обеспечении труда. Потребность в получении работы согласно профессиональному образованию  |
| Потребность в безопасности  | Потребность в безопасных и комфортных условиях труда, страховке, обеспечении медицинского обслуживания в случае необходимости первой помощи и оплаты больничного с сохранением рабочего места. Потребность в декретном отпуске. Потребность в страховке, социальных гарантиях. Потребность в пенсионной системе |
| Потребность в социализации  | Потребность в эффективных каналах коммуникации, потребность в обмене знаниями и получении информации, потребность в причислении себя к профессиональной группе/объединению. Потребность в командировках, совещаниях и собраниях внутри организации, потребность в деловых                                       |

Окончание табл. 2

| Потребности                        | Конкретизация потребностей на уровне работников   |
|------------------------------------|---|
|                                    | встречах и налаживании деловых контактов. Потребность в корпоративных мероприятиях и совместном отдыхе, совместной деятельности помимо трудовых обязанностей  |
| Потребность в уважении и признании | Потребность в продвижении по службе, поощрении материальном и моральном, потребность в получении знаков отличия, грамот и званий, потребность в признании заслуг другими членами коллектива, общественном уважении                    |
| Потребность в самореализации       | Потребность в развитии талантов, непрерывном обучении и саморазвитии, потребность в воплощении своих потребностей в искусстве, творчестве. Потребность в культурном и моральном развитии, а также внесение вклада в создание культуры |

В табл. 3 представлены потребности организации в соответствии с концепцией КСО.

Таблица 3. Потребности организации в соответствии с концепцией КСО

| Потребности                 | Конкретизация потребностей в соответствии с концепцией КСО  |
|-----------------------------|---|
| Физиологические потребности | Потребность в создании организации, реализации идеи, создании продукта или услуги, потребность в активах, материалах, потребность в покрытии издержек, потребность в получении прибыли. Потребность в принятии ответственности и обеспечении рабочими местами сотрудников организации. Потребность в создании экономических и социальных благ. Потребность в создании уникальной культуры и среды организации   |
| Потребность в безопасности  | Потребность в законодательной защите деятельности, потребность в благоприятном деловом и инвестиционном климате, потребность в энергоресурсах, воде, отоплении, потребность в обеспечении безопасности деятельности. Потребность в участии в акциях, направленных на защиту окружающей среды и заботу о ней. Потребность в защите прав на торговые марки, потребность в защите патентов. Потребность в построении долгосрочных стратегий для развития |
| Потребность в социализации  | Потребность в покупателях, работниках, поставщиках, партнерах, акционерах, подрядчиках, обеспечении аутсорсинговой деятельности, участии в профсоюзном объединении или ассоциации. Потребность в освещении своей деятельности в СМИ. Потребность в участии в общественных проектах.   |

Окончание табл. 3

| Потребности                        | Конкретизация потребностей в соответствии с концепцией КСО  |
|------------------------------------|---|
|                                    | Потребность в публикации отчетов по КСО. Потребность в формировании инфраструктуры региона или страны. Потребность в проведении и поддержке спортивных и культурно-массовых мероприятий. Потребность в проведении мастер-классов. Потребность в создании внутренних условий для обучения сотрудников. Потребность в молодых кадрах для создания человеческого капитала. Потребность в приращении социального капитала   |
| Потребность в уважении и признании | Потребность в создании и поддержании репутации, узнаваемости и уважении к бренду, потребность в получении наград, премий, участия в рейтингах, получении признания в бизнес-кругах. Потребность в участии в благотворительных инициативах. Потребность в оказании спонсорской поддержки. Потребность в положительной оценке своей деятельности со стороны заинтересованных сторон. Потребность в признании достижений в социальной и экономической сферах   |
| Потребность в самореализации       | Потребность в том, чтобы внести свой вклад в развитие экономики района, региона, страны. Потребность в принятии на себя ответственности, потребность в ощущении причастности к формированию среды, в которой существует организация, потребность в ощущении себя частью социума, потребность во влиянии на него, в осуществлении собственных инициатив, в позиционировании себя членом общества, имеющим права, обязанности, степень влияния. Потребность в инициации собственных благотворительных и природоохранных программ. Потребность в создании собственных фондов. Потребность в создании бизнес-школ на базе предприятия. Потребность в создании инновационных товаров, услуг, проектов. Потребность в создании собственной инфраструктуры. Потребность в лоббировании своих интересов. Потребность в приращении социального капитала, развитии корпоративной культуры |

В табл. 4 отражена взаимосвязь потребностей в самореализации участников экономических отношений. В данной таблице мы проводим сравнение потребностей высшего уровня, связанных с самореализацией. В условиях инновационной экономики организации и работники реализуют свои потребности в раскрытии потенциала и уникальных компетенций. В свою очередь, на макроуровне – уровне региона и страны – потребности в самореализации преобразовываются в глобальные формы. Стоит подчеркнуть, что единство целей на всех уровнях ведет к эффективному развитию экономики.

Мы считаем концепцию корпоративной социальной ответственности наиболее эффективной и действенной по удовлетворению потребностей в уважении, признании и самореализации как работников, так и самих организаций. В исследовании анализируются потребности высшего уровня, так как за счет их удовлетворения происходит раскрытие потенциала человеческого капитала. Более того, на уровне организаций именно механизм КСО направлен на повышение качества жизни и устойчивое развитие общества за счет реализации широкого спектра социальных и экологических инициатив.

Таблица 4. Взаимосвязь потребностей участников экономических отношений

| Уровень                            | Работник  | Организация   | Регион  | Страна   |
|------------------------------------|---|---|---|--|
| Потребность в саморазвитии         | Развитие навыков и умений                               | Повышение эффективности деятельности                                | Развитие человеческого капитала   | Формирование гражданского общества   |
| Потребность в раскрытии потенциала | Интенсификация творческих и исследовательских инициатив | Увеличение нематериальных активов                                   | Повышение научного потенциала   | Преобладание наукоемких производств  |
| Цель                               | Самореализация  | Преобразование интеллектуальной собственности в продукт организации | Инновационная экономика, где добавленная стоимость достигается за счет технологических прорывов | Эффективная экономика с большой долей технологически конкурентоспособных товаров |

*Гипотеза 1* нашего исследования заключается в том, что компании стремятся к самореализации через реализацию принципов КСО и вносят, таким образом, вклад в развитие общества.

*Гипотеза 2* нашего исследования – в России не сформировался институт КСО, отсутствуют четкие стандарты по внедрению принципов КСО в деятельность организаций, в связи с чем деятельность в этой области носит хаотичный характер.

Мы проанализировали социальную отчетность компаний России, ранжированных по объемам выручки в 2016 г. по версии журнала Forbes [12]. Выборка для нашего исследования включает 10 крупнейших компаний рейтинга, 10 средних компаний (места с 100-го по 109-е) и 10 малых компаний (места с 191-го по 200-е). В табл. 5 отражены результаты относительно наличия официального отчета по корпоративной социальной ответственности, компании разбиты на группы в зависимости от объемов выручки.

Таким образом, среди крупнейших компаний отчеты составляют 7 из 10, заявления и информацию о социальной политике на сайте предоставляют 3 компании из 10. Среди 10 средних компаний 4 компании имеют отчеты, 4 имеют заявления и 2 из анализируемых компаний не имеют информации по социальной отчетности. Среди 10 малых компаний отчеты не



составляет ни одна компания, 3 компании имеют заявления и 7 компаний не ведут деятельность, связанную с социальной ответственностью. Результаты анализа более наглядно представлены на рис. 2.

**Таблица 5. Наличие официальных форм отчетности о деятельности компаний по вкладу в социальную сферу**

| Название организации             | Место в рейтинге Forbes | Объем выручки, млрд руб. | Наличие отчета      |
|----------------------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------|
| <i>Крупнейшие компании</i>       |                         |                          |                     |
| ЛУКОЙЛ                           | 1                       | 5173,5                   | + в форме отчета    |
| Сургутнефтегаз                   | 2                       | 1002,6                   | + в форме отчета    |
| Магнит                           | 3                       | 950,6                    | + в форме заявления |
| X5 Retail group                  | 4                       | 808,8                    | + в форме отчета    |
| Vimpelcom                        | 5                       | 590,2                    | + в форме отчета    |
| Группа компаний «Мегаполис»      | 6                       | 580,1                    | + в форме заявления |
| Татнефть                         | 7                       | 552,7                    | + в форме отчета    |
| EVRAZ                            | 8                       | 537,6                    | + в форме отчета    |
| US RUSAL                         | 9                       | 171,1                    | + в форме отчета    |
| ТАИФ-НК                          | 10                      | 524,2                    | + в форме заявления |
| <i>Средние компании</i>          |                         |                          |                     |
| Ютэйр                            | 100                     | 70,3                     | + в форме отчета    |
| Нордголд                         | 101                     | 69,2                     | + в форме отчета    |
| Группа компаний «Агро-Белогорье» | 102                     | 68,9                     | нет                 |
| Р-Фарм                           | 103                     | 68,7                     | + в форме заявления |
| Казаньоргсинтез                  | 104                     | 68,7                     | + в форме отчета    |
| Globaltrans                      | 105                     | 68,2                     | нет                 |
| Мария-Ра                         | 106                     | 66,4                     | + в форме отчета    |
| Евроцемент груп                  | 107                     | 64,7                     | + в форме заявления |
| Металлсервис                     | 108                     | 64,6                     | + в форме заявления |
| Газпромбурение                   | 109                     | 64,1                     | + в форме заявления |
| <i>Малые компании</i>            |                         |                          |                     |
| Трансюжстрой                     | 191                     | 35,4                     | нет                 |
| Приосколье                       | 192                     | 35,4                     | нет                 |
| Корпорация «Гринн»               | 193                     | 35                       | нет                 |
| Капитал Групп                    | 194                     | 35                       | + в форме заявления |
| ЦППК                             | 195                     | 34,8                     | нет                 |
| Самараэнерго                     | 196                     | 34,6                     | нет                 |
| Трансбункер                      | 197                     | 34                       | нет                 |
| Favorit Motors                   | 198                     | 34                       | нет                 |
| УГМК Транс                       | 199                     | 34                       | + в форме заявления |
| Группа компаний МИЦ              | 200                     | 34                       | + в форме заявления |

Данный анализ подтверждает выдвинутую ранее гипотезу 2. Официально оформленной отчетности по корпоративной социальной ответственности привержены крупные компании, функционирующие на мировом и национальном уровнях. Чем больше размер компании и ее выручки, тем

для нее важнее реализация потребности в самореализации путем инвестиций в социальную сферу. Для малых компаний наблюдается лишь форма заявления о деятельности в сфере КСО, а для средних – отчет о деятельности в сфере КСО либо отчет об устойчивом развитии. В свою очередь, крупнейшие компании информируют общество о своих инициативах в области КСО путем предоставления официальных отчетов (социальных, экологических, отчетов об устойчивом развитии).

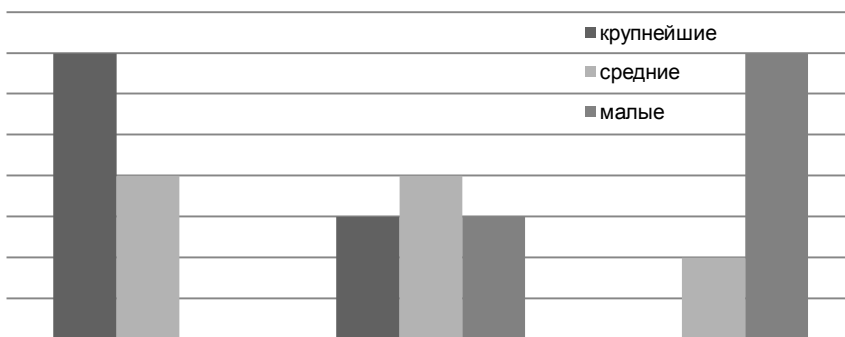


Рис. 1. Уровневая дифференциация деятельности компаний в сфере КСО

На рис. 2 показаны приоритетные уровни реализации потребностей в зависимости от размера организации.

Крупнейшие компании, таким образом, выступают в роли корпоративных граждан, реализуя социально-экономические потребности общества на основе собственной потребности в самореализации. Можно также утверждать, что реализация концепции КСО способствует достижению корпоративного гражданства.

Фундаментальной особенностью корпоративного гражданства является возможность управления внешней средой организации. В случае с КСО внешняя среда – это аспект, требующий механизма эффективного взаимодействия, адаптации, приспособления. В частности, внешняя среда рассматривается больше как источник угроз и рисков. Поэтому малые компании зачастую не могут реализовывать свои социальные инициативы – им не хватает масштаба влияния. Корпоративное гражданство, наоборот, определяет организацию как элемент внешней среды. Более того, сегодня размеры организаций и масштабы деятельности позволяют им занимать позицию полноценного члена общества, т.е. гражданина в глобальном масштабе. Таким образом, ТНК вступают во взаимодействие с социальными институтами и инвестируют в создание благополучного социума. В табл. 6 показаны различия в характеристиках КСО и корпоративного гражданства.

В заключение отметим, что среди российских компаний наблюдается уровневая дифференциация в официальной отчетности по социальной ответственности. Чем выше выручка организации, тем выше степень раскры-

тия и конкретизации действий по реализации политики корпоративной социальной ответственности. Можно также утверждать, что крупнейшие российские компании уже находятся на уровне корпоративного гражданства в соответствии с выполняемыми ими обязательствами и формами отчетности о проделанной работе в социальной сфере. Результаты исследования показали низкий уровень вовлеченности малых компаний в деятельность в сфере КСО. Очевидно, что масштаб деятельности влияет на возможность реализации компаниями социальной политики. Примечательным является тот факт, что средние компании имеют заявления о приверженности КСО, размещают информацию в новостных либо специализированных разделах своих официальных сайтов, однако предпочитают не оформлять официальные отчеты.

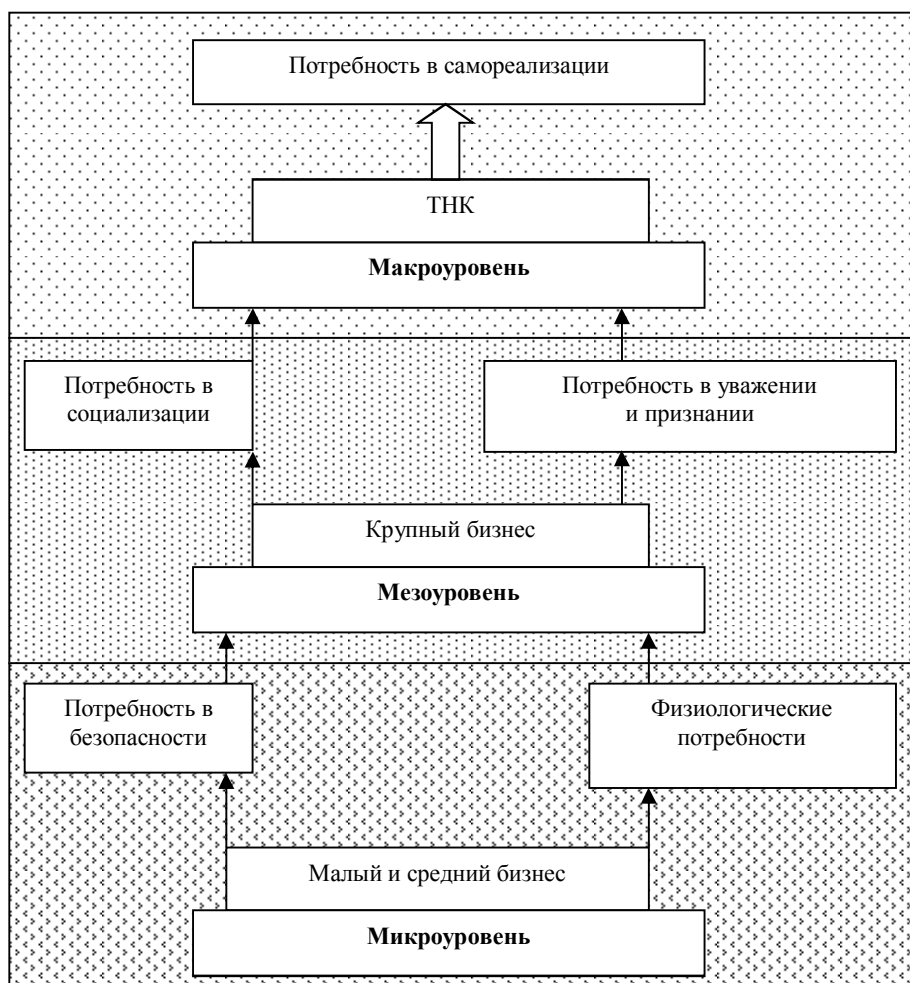


Рис. 2. Приоритетные уровни потребностей в зависимости от размера организации

Таблица 6. Различия в характеристиках КСО и корпоративного гражданства

| Корпоративная социальная ответственность          | Корпоративное гражданство  |
|---|--|
| Благотворительные акции                           | Филантропия  |
| Пожертвования в сторонние фонды                   | Социальные инвестиции  |
| Готовность к адаптации к изменениям внешней среды | Управление изменениями и вовлеченность в формирование среды                                  |
| Учет рисков                                       | Управление рисками   |
| Вклад в развитие инфраструктуры                   | Создание собственной инфраструктуры и социальной среды                                       |
| Использование человеческого капитала              | Развитие социального капитала  |
| Бизнес как часть экономической сферы              | Бизнес как часть общественной культуры   |
| Выполнение гражданских обязанностей               | Защита своих гражданских прав  |
| Развитие собственного человеческого капитала      | Развитие человеческого и социального капитала за пределами организации                       |
| Решение местных и региональных проблем            | Решение глобальных проблем   |
| Гармонизация отношений с государством             | Выполнение части функций в поддержке гражданских прав, которые были прерогативой государства |
| Разграничение понятий внешней и внутренней среды  | Действие в рамках единой социальной среды  |
| Социальная направленность                         | Общественно-политическая направленность  |

В итоге лишь крупнейшие компании полноценно используют механизм КСО и документируют свои действия в области социальных инициатив. Так, у крупнейших компаний социальная отчетность ставится на один уровень с финансовой отчетностью, что соотносится с принятием корпоративного гражданства. При этом гипотеза 1 о том, что компании стремятся к самореализации через реализацию принципов КСО и вносят вклад в развитие общества, подтвердилась, однако исследование выявило отсутствие формализованных действий в области КСО, в частности в малом бизнесе. Хаотичность реализации принципов КСО подтверждает гипотезу 2 – в России нет четких стандартов по внедрению принципов КСО в деятельность организаций. Поэтому многие компании, осуществляющие деятельность, которую можно было бы отнести к социальной ответственности, не освещают ее и не знают, по каким характеристикам стоит классифицировать общественные инициативы.

Отсутствие единого института корпоративной социальной ответственности и регламентированных форм отчетности приводит к снижению эффективности удовлетворения социально-экономических потребностей общества. Очевидна уровневая дифференциация социальной отчетности и зависимость выбора формы от объемов выручки и размера организации. При наблюдающемся единстве социально-экономических потребностей общества высшие формы потребностей предъявляются субъектами, которым присущ значительный уровень развития. В таких условиях наблюдается дисбаланс, который мог бы быть решен благодаря разработке единых

форм отчетности и созданию единого стандарта по отчетности в рамках КСО.

### Литература

1. *Bowen H.* Social Responsibilities of the Businessman. New York : Harper & Row Publ., 1953. 150 p.
2. *Davis K.* Can business afford to ignore social responsibilities? // California Management Review. 1960. P. 70–76. URL: <http://cmr.berkeley.edu/> (access date: 11.02.2013).
3. *Crane A., Matten D., Moon J.* Corporations and citizenship: business, value creation, and society. Cambridge : Cambridge University Press, 2008. 263 p.
4. *Altman B.W., Vidaver-Cohen D.* A framework for understanding corporate citizenship: Introduction to the special edition of Business and Society Review «Corporate citizenship and the new millennium» // Business and Society Review. 2000. № 105. P. 1–7.
5. *Baumann-Pauly D., Scherer A.G.* The Organizational Implementation of Corporate Citizenship: an Assessment Tool and its Application at UN Global Compact Participants // Journal of Business Ethics. 2012. № 1. P. 1–17.
6. *Матвеева Е.В.* Корпоративное гражданство как философия социально ответственного бизнеса: новый уровень развития // Актуальные проблемы экономики и права. 2014. № 2 (30). С. 32–36.
7. *Определение* устойчивого развития согласно методике ООН. URL: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/about/development-agenda/> (дата обращения: 28.03.2017).
8. *Косов П.В.* Основы социального государства : учеб. пособие. Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВПО «ГПТУ», 2011. 80 с.
9. *Мамут Л.С.* Социальное государство с точки зрения права // Государство и право. 2001. № 7. С. 5–14.
10. *Баранов Г.В.* Критерий корпоративной социальной ответственности в социальной политике // Инновационная наука. 2015. № 5. С. 184–186.
11. *Маслоу А.* Мотивация и личность / пер. с англ. СПб. : Евразия, 1999. 478 с.
12. *Рейтинг* крупнейших частных компаний России по версии Forbes Magazine. URL: <http://www.forbes.ru/rating/200-krupneishikh-chastnykh-kompanii-rossii-2016/> 2016#all\_rating (дата обращения: 21.04.2017).

**Matveeva E.V.**, Assistant, Department of Management, School of Economics and Management, Far Eastern Federal University (Vladivostok, Russian Federation). E-mail: [matveeva.ev@dvfu.ru](mailto:matveeva.ev@dvfu.ru)

### INSTITUTE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF ORGANIZATIONS AS A MECHANISM FOR MEETING SOCIO-ECONOMIC NEEDS OF SOCIETY

**Keywords:** corporate social responsibility, model of corporate responsibility, forms of CSR, social reporting, social capital, socio-economic needs, corporate citizenship, level differentiation.

The article considers the functions of corporate social responsibility in relation to meeting the social and economic needs of society. The analysis of the differentiation of needs was performed to identify effective interrelations between subjects of the social state. At present time, corporate social responsibility reporting in Russia is not structured. According to the situation, hypotheses were put forward. To confirm them, an analysis of the reports of Russian companies differing in revenue volumes was made. The influence of the size of the company on the form and content of corporate social reporting was analyzed.

### References

1. Bowen H. Social Responsibilities of the Businessman. N. Y: Harper & Row Publ., 1953. 150 pp.
2. Davis K. Can business afford to ignore social responsibilities? California Management Review, 1960, pp. 70-76. Available at <http://cmr.berkeley.edu/> (accessed 11.02.2013)
3. Crane A., Matten D., Moon J. Corporations and citizenship: business, value creation, and society. Cambridge: Cambridge University Press, 2008. 263 p.
4. Altman B. W., Vidaver-Cohen D. A framework for understanding corporate citizenship: Introduction to the special edition of Business and Society Review «Corporate citizenship and the new millennium» // Business and Society Review. 2000. №105. pp. 1–7.
5. Baumann-Pauly D., Scherer A. G. The Organizational Implementation of Corporate Citizenship: an Assessment Tool and its Application at UN Global Compact Participants // Journal of Business Ethics. 2012. No. 1. pp. 1–17.
6. Matveeva E. V. Korporativnoe grazhdanstvo kak filosofiya social'no otvetstvennogo biznesa: novyy uroven' razvitiya // Aktual'nye problemy ehkonomiki i prava. 2014. №2(30). S. 32-36.
7. Opredelenie ustojchivogo razvitiya soglasno metodike OON [EHlektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa <http://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/about/development-agenda/> (data obrashcheniya: 28.03.2017)
8. Kosov, R.V. Osnovy social'nogo gosudarstva: uchebnoe posobie / R.V. Kosov. – Tambov : Izd-vo FGBOU VPO «TGTU», 2011. – 80 s. – 150 ehkz.
9. Mamut L.S. Social'noe gosudarstvo s tochki zreniya prava // Gosudarstvo i pravo. – 2001. – № 7. – S. 5 – 14.
10. Baranov G.V. Kriterij korporativnoj social'noj otvetstvennosti v social'noj politike // Mezhdunarodnyj nauchnyj zhurnal «Innovacionnaya nauka». – 2015. - №5. – 184-186 ss.
11. Maslou A. Motivaciya i lichnost'. Per. s angl. Sankt-Peterburg: Evraziya, 1999. 478 s.
12. Rejting krupnejshih chastnyh kompanij Rossii po versii Forbes Magazine [EHlektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa [http://www.forbes.ru/rating/200-krupneishikh-chastnykh-kompanii-rossii-2016/2016#all\\_rating](http://www.forbes.ru/rating/200-krupneishikh-chastnykh-kompanii-rossii-2016/2016#all_rating) (data obrashcheniya: 21.04.2017).

#### For referencing:

Matveeva E.V. Institut korporativnoi sotsialnoi otvetstvennosti organizatsii kak mekhanizm udovletvoreniya sotsialno-ekonomicheskikh potrebnosti obschestva [Institute of Corporate Social Responsibility of Organizations as a Mechanism for Meeting Socio-Economic Needs of Society] Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika – Tomsk State University Journal of Economics, 2018, no 42, pp. 217–230.