

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

УДК 330.341

DOI 10.37468/2307-1400-2025-3-36-50

Влияние корпоративной социальной ответственности бизнеса на устойчивое развитие

Смирнова Ольга Александровна ¹

Челак Светлана Васильевна ²

Пяткова Наталья Викторовна ³

¹ Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия

² Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия

³ Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации им. главного маршала авиации А.А. Новикова, Санкт-Петербург, Россия

Аннотация

В статье исследуется влияние корпоративной социальной ответственности бизнеса на устойчивое развитие компаний в условиях цифровизации экономики, усиления конкурентной среды и возрастания требований общества к экономической безопасности и этичности предпринимательской деятельности. Актуальность исследования обусловлена необходимостью поиска эффективных управленческих инструментов, обеспечивающих долгосрочную конкурентоспособность организаций при одновременном соблюдении социальных и экологических обязательств.

В работе проведён комплексный теоретический анализ эволюции концепции корпоративной социальной ответственности, систематизированы основные научные подходы к её интерпретации. Показана взаимосвязь корпоративной социальной ответственности с концепцией устойчивого развития, теорией стейкхолдеров и стратегической устойчивости компании. Обосновано, что реализация мероприятий корпоративной социальной ответственности, несмотря на краткосрочное снижение прибыли, способствует росту финансовой эффективности, снижению репутационных рисков, повышению лояльности потребителей и инвестиционной привлекательности в средне- и долгосрочной перспективе.

Теоретическая значимость исследования заключается в уточнении содержания и роли корпоративной социальной ответственности как инструмента достижения устойчивого развития компании, а также в обобщении подходов к определению стратегической устойчивости бизнеса. Практическая значимость состоит в возможности использования полученных выводов при разработке корпоративных стратегий, ориентированных на баланс экономических, социальных и экологических интересов стейкхолдеров.

Перспективы дальнейших исследований связаны с разработкой методик количественной оценки эффективности программ корпоративной социальной ответственности, анализом их влияния на показатели экономической безопасности и устойчивости компаний, а также с изучением отраслевых и региональных особенностей реализации социальной ответственности бизнеса.

Ключевые слова: социальная ответственность, устойчивое развитие, экономическая безопасность, корпоративный альтруизм, корпоративный эгоизм, теория компромисса.

Введение

В последние несколько десятилетий отмечаются значительные изменения, происходящие в экономике: рынок находится под непрерывным контролем потребителей, активно внедряются новые технологии, формируются новые средства производства. В последние годы на международном рынке наблюдается увеличение роли информационных технологий, автоматизации логистических и информационных процессов, увеличивается роль использования современных компьютерных систем, которые в настоящий момент являются основным источником сведений получения данных потребителями. Данные факторы несут риски и угрозы экономической безопасности предприятий и потребителей.

Изменение личных ценностей потребителей в конечном итоге приводит к изменению восприятия и степени удовлетворения приобретаемыми товарами, если это затрагивает вопрос экономической безопасности. В данном исследовании представлен комплексный анализ влияния социальной ответственности бизнеса в разрезе региона, страны, совокупности или объединения стран.

Это обуславливает необходимость анализа оптимальных условий для эффективного осуществления деятельности предприятий. Это предполагает оптимизацию как производственных, так и логистических процессов, за счет применения эффективной мобильной и безопасной модели, управления. В качестве средств обратной связи используются информационные процессы, с учетом обеспечения экономической безопасности предприятий совместно с корпоративной социальной ответственностью бизнеса.

Развитие процессов цифровизации в мире на сегодняшний день реализуется быстрыми темпами во всех отраслях промышленности. Необходимость ежедневного использования интернета в служебных и личных целях становится все более актуальной и оказывает существенное влияние на жизнедеятельность общества во всем мире. Роль компаний, основой которых является использование интернета, имеют высокое важное стратегическое значение в глобальном масштабе. Социальная ориентированность политики компаний играет важнейшую роль в ее устойчивом развитии. Для устойчивого развития на глобальном рынке любой компании требуется реализация ряда организационно-экономических и стратегических мероприятий, в том числе в части развития корпоративной социальной ответственности. В этой связи рассматриваемая тема исследования представляется весьма актуальной.

Аналитическая часть

В течение последних десятков лет в бизнесе прослеживаются тенденции развития направлений, связанных с корпоративной социальной ответственностью (КСО) бизнеса. Эти тенденции заключаются в разработке специальных программ и мероприятий, которые обеспечивают компаниям повышение собственного уровня КСО. Прослеживая динамику развития КСО, следует отметить уверенное развитие этого процесса внутри компаний от реализации отдельных мероприятий до стратегических программ, обеспечивающих развитие различных направлений, связанных с КСО внутри компаний и корпораций. Во множестве компаний по всему миру принципы КСО с каждым годом все больше внедряются в систему корпоративного менеджмента, создаются специализированные департаменты и назначаются их руководители, имеющие голоса в правлении и влияющие на стратегические решения, связанные с развитием компаний. Вместе с этим, публикация ежегодной отчетности в части развития и реализации программ КСО стала обыденной практикой для большинства крупных компаний и корпораций [1].

Причинами развития КСО являются две основные тенденции: поиск новых эффективных инструментов и механизмов управления бизнесом с целью повышения его эффективности и наличие постепенно возрастающего запроса на социальную ответственность со стороны общества и государства к крупным компаниям и корпорациям.

Проявляющиеся в экономике кризисные явления и тенденции так же являются стимулом к росту КСО со стороны бизнес-сообществ, поскольку реализация многих социальных проектов в моменты кризиса для государства становится отягчающим обстоятельством. Поэтому правительство заинтересовано в вовлечении в реализацию социально-значимых проектов бизнеса.

На первом этапе следует привести две формулировки терминов, которые на первый взгляд обладают абсолютной схожестью: КСО и социальная ответственность бизнеса (СОБ).

Под КСО понимается описание мер социальной ответственности конкретной ячейки бизнеса (корпорации, компаний, фирмы).

Под СОБ понимается совокупная социальная ответственность бизнеса в разрезе региона, страны, совокупности или объединения стран.

Таким образом, следует разделять два приведенных понятия. Далее в данном исследовании будет использоваться именно термин КСО, поскольку он наиболее распространен в научной экономической литературе по теории развития корпораций и является интеграционным названием, которое используется в «зонтичной» теории, включающей ряд терминов и направлений: корпоративная социальная восприимчивость, корпоративная устойчивость, корпоративное гражданство, корпоративная социальная деятельность и прочие.

Основные положения теории КСО сформулировать достаточно сложно, поскольку социальная сфера имеет достаточно широкие границы, под нее может быть подведен практически любой аспект обыденной жизни социума. При этом слово ответственность, которое используется в термине КСО, так же обладает определенными дискуссионными признаками с точки зрения его интерпретации: «долг», «обязанность», «надежность», «честность». Если рассматривать КСО с позиций обязанности и долга, то получается, что компания изначально находится в подчиненном у государства и общества положении, выполняя социальные обязательства ввиду навязанности.

Если рассматривать КСО с точки зрения надежности и честности, то компания в этом случае выполняет социально значимые мероприятия, исходя из собственных добрых помыслов, подчеркивая присущее ей благородство. Исходя из изложенного образовывается множество подходов, позволяющих определить КСО с различных точек зрения, которые нередко являются противоречивыми друг относительно друга [2].

Идеологом теории развития КСО является Г. Боэн – ученый-экономист с мировым именем, профессор Иллинойского университета, расположенного в США. Г. Боэном опубликован научный труд «Социальная ответственность бизнесмена», который вышел в свет еще в 1953 году [3]. Автором предложено определение КСО: «*корпоративная социальная ответственность состоит в реализации такой политики, решений, следовании выбранной линии, которые являются желательными для ценностей и целей социума*».

Представленное определение КСО впоследствии было проанализировано и уточнено множеством ученых, которые занимались и занимаются теоретическими исследованиями, посвященные вопросам корпоративного управления и социальной ответственности бизнеса.

Далее приведем три основных научных подхода к изучению теории КСО: корпоративный эгоизм, корпоративный альтруизм, компромиссные теории.

Согласно выдвинутой М. Фридманом теории «корпоративного эгоизма», в качестве главной социальной ответственности бизнеса следует считать его возможность приносить прибыль. Согласно такой трактовке основной задачей менеджмента корпорации является обеспечение максимальной прибыльности всем заинтересованным сторонам: владельцам капитала в лице всех акционеров компании. В связи с этим любые дополнительные затраты, в т.ч. связанные с реализацией мероприятий по КСО, уменьшают размер ожидаемой прибыли и являются недопустимыми. Ученые, поддерживающие эту теорию, считают, что развитие КСО может привести к изменениям фундаментальных рыночных основ и превратить текущую рыночную экономику в социализм. Согласно таким выводам, развитие КСО направлено на снижение конкуренции, монополизацию рынка и отсутствие свободы предпринимательства. При этом государственное участие в социальном развитии общества существенно высокое [4].

Другая теория, «корпоративного альтруизма», основывается на противоположных мнениях. Ее сторонниками выступают такие известные ученые экономисты, как К. Дэвис и Р. Фримен. Согласно точке зрения ученых, современные корпорации обладают большим влиянием и вместе с этим являются крупными экономическими самостоятельными единицами, что позволяет им в процессе своей деятельности привлечь на свою сторону большое число «соучастников». На территории стран, обладающих низким уровнем ВВП, развитие корпораций может привести к тому, что в определенный момент их роль в экономике и в процессе управления страной может превысить государственную, что в свою очередь отразится на социально-экономической обстановке в обществе. В этой связи ответственным за социальное обеспечение граждан становится корпорация и здесь слово «ответственность» в термине КСО принимает значение «честность». При этом сторонники теории делают акцент на добровольной реализации программ КСО внутри корпораций, поскольку, согласно их позиции, компания не может ограничиваться только законодательными рамками [5].

Представленные теоретические подходы возникли практически одновременно, в 1970-е годы. Начиная с этого момента времени доводы, приводимые обеими сторонами о пользе или вреде развития КСО получали новое развитие. При более пристальном рассмотрении двух изложенных теорий отмечается ряд общих взглядов, обе высказанные теории приводят компанию к одному и тому же результату – повышению эффективности бизнеса и получению дополнительных объемов прибыли [6].

Проанализируем приведенный механизм. Для удобства примем, что КСО является некоторым бизнес-процессом. Затраты на мероприятия по КСО компания изымает из доли прибыли, тем самым сокращая ее. Снижение прибыли в краткосрочном периоде приводит к определенному недовольству среди выгодоприобретателей компании. При этом в среднесрочной и долгосрочной перспективах реализация мероприятий по КСО позволит увеличить объем прибыли. Так, если компания инвестирует в повышение квалификации своих сотрудников, то спустя определенное время обучившиеся сотрудники принесут компании больший эффект, повысится производительность труда, повысится качество конечной продукции или услуги. При приобретении дополнительных услуг в области медицинского страхования работники компании получат своевременную квалифицированную медицинскую помощь и смогут быстрее выздороветь, а соответственно обеспечить малое время на прерывание производственного процесса. Вместе с этим при реализации программ КСО появляются факторы, которые относятся к числу «психологических». Компания, которая обладает высокой степенью корпоративной социальной ответственности, привлекает большее число инвесторов по сравнению с компанией, обладающей низкой степенью КСО. Помимо инвесторов, такая компания привлекает как покупателей, так и потенциальных работников, которые планируют устроиться в эту компанию на основное место работы.

Но следует понимать, что достижение высокого уровня КСО возможно лишь с течением определенного времени и в результате серьезных финансовых вложений, которые на момент их инвестирования достаточно сложно обосновать перед Советом директоров и маржинальными акционерами. Однако, дальновидные инвесторы зачастую положительно реагируют на необходимость несения затрат на развитие КСО.

С точки зрения науки, систему КСО следует институализировать, при этом сама система должна сохраниться с точки зрения ее добровольного развития. Разработка методов и инструментов, которые позволят проводить более обоснованно оценку ожидаемой экономической эффективности от реализации мероприятий КСО обеспечит приток инвестиций в данное направление корпоративного развития фирмы, а, следовательно, в определенной перспективе позволит увеличить ее прибыль.

Для эффективного развития двух теорий требуется третья, которая обеспечит гармонизацию между перечисленными двумя. Такую теорию можно назвать «гармоничное сотруд-

дничество». Под гармонизацией в данном контексте понимается схождение теорий в одной точке. Для того, чтобы обеспечить схождение теорий следует определить ключевые точки пересечения:

1. Заинтересованность продвиженцев теорий в том, чтобы корпорация оставалась на рынке и была конкурентоспособна на протяжении максимального количества времени, при этом принося ожидаемый уровень прибыли для всех заинтересованных лиц.
2. Уверенность в благоприятном развитии бизнеса всеми субъектами корпорации.
3. Понимание управленческим звеном корпорации того факта, что в условиях острой конкурентной борьбы на рынке при принятии каких-либо управленческих решений не следует пренебрегать морально-этическими устоями общества.

Идею гармонизации двух направлений выдвинул Р. Фримен. Он полагал, что любая эффективная стратегия развития корпорации должна быть направлена на обеспечение интересов всех ее заинтересованных сторон [7].

Рассмотрим историю становления понятия КСО и ее форм. Поскольку КСО считается зонтичной для множества сопряженных теорий, то историю развития термина КСО следует изучать в хронологическом порядке с момента ее зарождения в начале 50-х годов прошлого столетия. В тот период времени главным термином, который обозначал социально-ориентированные мероприятия, проводимые в бизнес-среде, являлся термин КСО, при этом другие теории еще не вышли в свет и только начинали зарождаться в умах ученого сообщества. Первопроходцами в области становления теории КСО являлись М. Фридман, Р. Фримен, Г. Боэн, Д. Гелбрейт, Т. Левитт, К. Девис и другие экономисты с мировым именем. В проводимых в те времена исследованиях основной фокус изучения теории был направлен на внутренние источники КСО. Согласно заключениям ученых, представитель бизнеса участвует в формировании общественных ценностей и затем отражает их от лица корпорации. В процессе взаимодействия с обществом и с учетом явных интересов своих коллег представитель бизнеса самостоятельно определяет ценности, которых будет придерживаться его корпорация [8].

К началу 70-х годов прошлого столетия в ученой среде было сформировано следующее представление: КСО должна соответствовать экономико-правовым и этическим ожиданиям от деятельности корпорации, которые сложились в обществе. Такой подход впервые был сформулирован ученым-экономистом А. Кероллом, который впоследствии предложил модель, названную в честь его имени – «пирамида Керолла» (Рисунок 1).



Рисунок 1 – Модель «Пирамида Керолла» [9]

Представленная модель на сегодняшний день является наиболее популярной конструкцией, которая теоретически описывает КСО. При этом в середине 80-х годов модель подверглась серьезной критике со стороны научного сообщества. Основные вопросы были связаны с наличием отдельных видов ответственности в качестве различных категорий, которые между собой не имеют никаких связей. При этом высказываемые научные идеи о филантропической ответственности стали набирать обороты и получать поддержку ученого сообщества. Под этими идеями появлялось понимание того, что общество не может полностью сформулировать собственные запросы, а корпорация при этом самостоятельно осуществляет выбор ценностей с их дальнейшим навязыванием социуму [10].

Вследствие таких размышлений и развития новых научных обоснований вышла в свет концепция, имеющая название «корпоративная социальная восприимчивость». Становление этой концепции связано с учеными экономистами: Р. Акерман и Р. Бауер. Вместе с этими учеными над развитием вышеупомянутой концепции работал и А. Керолл. Согласно данной концепции, менеджмент корпорации концентрирует собственные усилия на прогнозировании ожиданий общества и, тем самым, проявляет экономико-правовую ответственность. В соответствии с этим, стратегии управления корпорацией разделяются на четыре направления: адаптивные, проактивные, оборонительные и реактивные.

При этом концепция корпоративной восприимчивости считается не отдельным теоретическим направлением, а уточняющей по отношению к теории КСО [11].

Одновременно с развитием концепции корпоративной восприимчивости развивалась и другая теория – корпоративная социальная деятельность. На основе пирамиды Керолла, учеными экономистами Д. Вудом, С. Вартиком и Ф. Кохраном была разработана усложненная модель, объединяющая существующие моральные принципы, набор внешних факторов, которые оказывают влияние на корпорацию иправленческие решения, принимаемые руководством корпорации в текущих условиях. На Рисунке 2 представлена трехступенчатая модель КСО.



К началу 90-х годов прошлого столетия была разработана еще одна концепция, которая получила название «концепция соучастников». Первые идеи ее создания были разработаны Р. Фрименом. Основой этой концепции является представление о том, что корпорация работает во внешней окружающей среде, должна отвечать запросам социума и обеспечивать интересы всех заинтересованных сторон, к которым, в частности, относятся: сотрудники корпорации, акционеры, инвесторы государственные органы власти и прочие. Предложенная теория стала некоторым проводником между теорией и практикой развития КСО в корпорации. Ввиду наличия такой связи между теорией и практикой предложенная концепция на сегодняшний день является главной теоретической разработкой в области изучения основ и принципов становления и развития КСО [12].

Теория устойчивого развития компаний вышла в свет в 80-х годах прошлого столетия. На Всемирной конференции Организации Объединенных Наций (ООН) по Защите окружающей

среды, в 1987 году в докладе «Наше общее будущее», автором которого является норвежская ученая Г.Х. Брунталанд, был представлен подход к определению устойчивого развития современной компании, который заключается в том, что компания соответствует потребностям текущих поколений и одновременно с этим не угрожает будущим поколениям в их способностях удовлетворять будущие стремления и потребности [13, 14, 15].

Сформулированное в ООН определение имеет следующее содержание: «устойчивое развитие – развитие, которое способствует процветанию и расширению экономических возможностей, повышению уровня благосостояния и защите окружающей среды – предлагает наиболее оптимальный путь улучшения жизни людей во всем мире» [16, 17].

Ряд ученых придерживаются мнения о том, что взаимоотношения, которые устанавливаются между социальными группами и экономическими субъектами на современном этапе находятся под меньшим влиянием государства по сравнению с периодом от начала XX-го столетия и до 70-х годов. В связи с этим, начиная с 80-х годов прошлого века изучение процессов влияния стейкхолдеров на экономические субъекты стало являться важным научным направлением среди ученых-экономистов [18].

В каждой компании существует ключевая группа стейкхолдеров, которая, как отмечает Е. Боэль и другие ученые-экономисты, обладает существенным влиянием на принятие основных решений, в связи с чем достижение с ними компромисса по острым вопросам практически невозможно [19].

Основными проблемами на макроуровне являются: финансовое состояние государства, возможности его экономического роста, уровень конкурентоспособности на внешних рынках и другие. Подобные проблемы не всегда могут быть применимы к микроуровню. В этой связи, для объектов бизнеса необходимо идентифицировать некоторые показатели финансовой деятельности компании, ее среднесрочную и долгосрочную конкурентоспособность, а также влияние основных стейкхолдеров на процесс развития бизнеса.

Аспекты, которые повлияли на формирование научной идеи, описывающей устойчивое развитие компаний: социальный, экономический и экологический. В Таблице 1 представлен набор определений понятия устойчивое развитие компании с точки зрения перечисленных выше аспектов [20].

Таблица 1 – Совокупность определений термина устойчивое развитие компании с позиций социального, экономического и экологического аспектов

Наименование аспекта		
Социальный	Экономический	Экологический
Цель устойчивого развития компании состоит в стремлении к сохранению равновесия культурных и социальных аспектов общества в условиях многообразия национальных культур и народов	Целью устойчивого развития компании является формирование максимального денежного притока при условии оптимального использования природных ресурсов ввиду их ограниченности	Целью устойчивого развития является сохранение экосистем и биосфер с последующим их воспроизводством. Т.е. в бизнесе необходимо использовать только такие методы производства, которые будут максимально обеспечивать сохранность окружающей природной среды

Приведенное в ООН определение устойчивого развития компании с годами постепенно совершенствовалось и развивалось за счет дополнений, изложенных различными учеными-экономистами. В Таблице 2 представлены формулировки, которые выходили в свет на протяжении последних сорока лет и посвященные уточнению термина «устойчивое развитие компании» [21].

Таблица 2 – Обзор определений термина «устойчивое развитие компании» в экономической теории

№	Автор термина, подхода	Трактовка термина «Устойчивое развитие компании»
1	Пискуловая Н.А.	Под устойчивым развитием компании понимается расширение ее деятельности, приносящее ожидаемый эффект и не наносящее вред окружающей природной среде
2	Теплова Т.В.	Под устойчивым развитием понимается способность компании обеспечивать эффективность производственных процессов и приносить ожидаемый эффект ее собственникам
3	Азрилиян А.Н.	Под устойчивым развитием понимается отсутствие подверженности компании различным негативным факторам внутренней и внешней среды
4	Боголюбов С.А.	Устойчивое развитие компании направлено на покрытие потребностей рынка в среднесрочной и долгосрочной перспективах в условиях внутренних и внешних негативных воздействий
5	Альтшуллер И.Г.	Под устойчивым развитием компании понимается ее реакция на возникающие во внешней среде изменения, при условии соответствия современным и перспективным запросам рынка.
6	Маницкая Л.Н.	Под устойчивым развитием компании понимается ее способность функционировать, принося при этом положительный эффект для акционеров даже в условиях внутренних возмущений и внешних воздействий
7	Лимитовский М.А.	Устойчивое развитие подразумевает под собой достижение и сохранение баланса между компанией и обществом
8	Ли Л.	Под устойчивым развитием понимается эффективный подход к управлению современной компанией в условиях риска и неопределенности
9	Гу Л.	Устойчивое развитие подразумевает социальную ответственность всех заинтересованных сторон компании

На основе изложенного под «устойчивым развитием международной компании» следует понимать совокупность условий, способствующих расширению бизнеса и капитализации компаний на глобальном рынке с учетом обеспечения коммерческих интересов стейкхолдеров и социальных ожиданий общества. Понятие стратегическая устойчивость является основой долгосрочного устойчивого развития компании. Рассмотрим подходы к определению понятия «стратегическая устойчивость компании» различных авторов. Результаты анализа представлены в Таблице 3.

Таблица 3 – Подходы к определению понятия «стратегическая устойчивость компании» [22]

Автор термина, подхода	Трактовка термина «Стратегическая устойчивость компании»
Сабанчиев Н.А.	Стратегическая устойчивость – способность организации сохранять свою целостность и достигать поставленные стратегические цели при постоянном дестабилизирующем воздействии внешней среды
Галицкая Ю.Н.	Стратегическая устойчивость – не только эффективное использование производственных ресурсов и сохранение финансово-экономической устойчивости длительный промежуток времени в условиях меняющейся внутренней и внешней среды, но и увеличение стоимости капитала, что способствует повышению устойчивости функционирования предприятия, инвестиционной привлекательности и росту доходов его собственников
Дудин М.Н.	Стратегическая устойчивость - способность создавать, развивать и сохранять длительное время конкурентные преимущества на сегментированном товарном рынке, поддерживая тем самым должный уровень ликвидности, платежеспособности и рентабельности предприятия в условиях изменений внешней среды

Автор термина, подхода	Трактовка термина «Стратегическая устойчивость компании»
Кучеряwyй А.В.	Стратегическая устойчивость – результат реализации его способности создавать, развивать и сохранять длительное время конкурентные преимущества на выраженнym рынке покупателя в условиях ускоряющегося научно-технического и технологического прогресса на фоне нарастающих проблем с природными ресурсами и антропогенным воздействием на экологию
Бараненко С.П.	Стратегическая устойчивость – сохранение длительное время повышательной тенденции, выраженной комплексом ключевых показателей деятельности предприятия
Терентьева Т.В.	Стратегическая устойчивость – процесс непрерывного перехода организации в качестве системы под воздействием внешних возмущений и управленческих решений из менее эффективного состояния в более эффективное, осуществляемый в прогрессивном направлении, интенсивном режиме и в соответствии со стратегическими целями предпринимательской организации
Рычихина Н.С.	Стратегическая устойчивость предприятия проявляется через минимизацию потерь при неблагоприятных воздействиях внешней среды, а при благоприятных обстоятельствах – в способности к эффективному наращиванию своих активов, как материальных, так и нематериальных, что повышает выживание предприятия при неблагоприятных изменениях во внешней среде в будущем. Авторы также определяют стратегическую устойчивость как совокупность финансовой, технологической, рыночной, кадровой и других видов устойчивости

Классификация подходов к определению понятия «стратегическая устойчивость компании» представлена в виде схемы на Рисунке 3.



Рисунок 3 – Классификация теоретических подходов к определению понятия «Стратегическая устойчивость»

Таким образом, объединив представленные определения авторов термина «стратегическая устойчивость компании» получим следующее: это процесс непрерывного совершенствования производственной деятельности компании, реализуемый для достижения поставленных

стратегических целей, включающий способность обеспечивать долгосрочный уровень устойчивости.

Тенденцию развития организации в динамике можно определить при фиксации значений, характеризующих изменение ее экономического состояния за некоторый продолжительный период времени. При этом тенденции могут иметь разную направленность: падение и рост (соответственно положительную и отрицательную). И тот, и другой тип тенденций можно описать трендами: в случае отрицательной тенденции – понижающийся тренд, в случае положительной – повышающийся. Стратегическая устойчивость обеспечивается за счет сохранения положительной тенденции развития, а значит и за счет повышающегося тренда.

Стратегическая устойчивость компаний характеризуется тремя основными аспектами: достижение запланированного уровня значений экономических показателей в течение отведенного на этот процесс периода времени; возможность управления и предотвращения наступления рисковых событий, а значит экономической безопасностью; возможность создания аналогичных компаний при условии их постепенного развития на территории других агломераций.

Для установления влияния мероприятий КСО на устойчивое развитие международной компании следует определить связь между терминами «устойчивое развитие» и КСО. Общей для терминов является концепция, в соответствии с которой компании осуществляют свою деятельность в направлении покрытия потребностей общества при условии обеспечения сохранности окружающей природной среды и с целью получения прибыли для всех заинтересованных сторон [23].

В соответствии с основным определением устойчивости компаний, бизнес способен отвечать современным запросам рынка и удовлетворять текущие потребности общества при условии обеспечения возможности покрывать собственные потребности, в том числе и будущим поколениям. В соответствии с этим предполагается, что бизнес принимает долгосрочные позиции относительно производственной деятельности таким образом, чтобы оказывать максимально позитивное влияние на внешнюю среду, обеспечивая при этом сохранность природы и получать от этого влияния лояльность клиентов, за счет которой происходит постоянный прирост прибыли [24].

Компании, в своем развитии должны оказывать позитивное влияние на общество, что подразумевает существующее понятие «социальная ответственность бизнеса». При этом под этим понятием, как уже отмечалось ранее, понимается множество социально направленных мероприятий, таких как: сокращение выбросов техногенного углекислого газа в атмосферу, реализация программ материальной поддержки населения, организация бесплатных культурно-массовых мероприятий, волонтерская работа, следование морально-этическим ожиданиям общества и открытым коммерческим практикам. При этом, несмотря на то что социальная и экологическая ответственности компаний имеют разную идеологическую природу, реализуются эти направления схожим образом и имеют тесную связь. Компании, деятельность которых направлена на устойчивое развитие, с большой долей вероятности будут применять на практике социально-ориентированные бизнес-мероприятия. Обе направленности обращают внимание на значимость осуществления комплексного подхода в достижении устойчивого развития, который учитывает влияние на всех стейкхолдеров и направлен на позитивное воздействие в отношении социума и окружающей природной среды [25].

Вместе с этим термины КСО и устойчивое развитие имеют и ряд достаточно важных отличий, которые представлены в Таблице 4.

Несмотря на то, что КСО и устойчивое развитие компании направлены на достижение общих целей, к которым относится соблюдение норм экологической ответственности и приверженность морально-этическим нормам поведения в бизнесе, они обладают различными областями рассмотрения и акцентирования. КСО в основном сосредотачивается на возможных социальных последствиях и длительной экономической безопасности реализуемого бизнеса.

Таблица 4 – Различия в терминах «корпоративная социальная ответственность» и «устойчивое развитие»

№	Корпоративная социальная ответственность	Устойчивое развитие
1	Направлена на вознаграждение поведения сотрудников, которое отражает их моральность и ответственность при выполнении поставленных задач	Направлено на обеспечение устойчивости бизнеса компании в среднесрочной и долгосрочной перспективах
2	Повышает уровень жизни социума за счет проведения социально-ориентированных общественных мероприятий	Направлено на удовлетворение текущих потребностей рынка при этом обеспечивает собственные коммерческие ожидания и сохраняет возможность будущим поколениям удовлетворять их будущие потребности
3	Акцентирует внимание на ценности разнообразия, а также подчеркивает собственную принадлежность к рабочей среде, т.е. встает на одну параллель с обществом	Учитывает влияние на социум, внешнюю среду и экономическое развитие за счет применения на практике целостного подхода к управлению производственной деятельностью компании
4	Направлена на поддержку открытого по отношению к обществу поведения, в том числе за счет противодействия коррупции и справедливой оплаты труда сотрудников	Обеспечивает баланс между ожидаемой прибылью компании и мероприятиями, которые направлены на обеспечение сохранности окружающей природной среды, заботу об обществе и становление общего экономического роста в стране, в т.ч. за счет своевременной и полной уплаты налогов
5	Направлена на обеспечение оптимального равновесия между ожидаемыми экономическими эффектами акционеров и одновременным решением социальных и экологических проблем	Акцентирует внимание на необходимости реализации устойчивых практик, в т.ч. рациональное использование природных и энергетических ресурсов, правильную утилизацию производственных и бытовых отходов

К эффектам от реализации мероприятий КСО следует отнести:

1. Узнаваемость бренда за счет создаваемого компанией образа и имиджа. Клиенты компании оставляют положительные отзывы, рекомендуют ее своим знакомым за счет чего реализуется принцип «сарафанного радио». Социальная ориентированность компании здесь играет важнейшую роль и способна за счет небольших по стоимости мероприятий создать образ социально-ориентированной компании.
2. Обеспечение высокой лояльности клиентов за счет созданного морально-этического образа компании, который соответствует взглядам социума.
3. Мотивация и заинтересованность обеспечивается за счет того, что сотрудники компании верят в то, что компания оказывает позитивное влияние на общественную жизнь за счет реализации, в том числе, культурно-массовых, благотворительных мероприятий. Вместе с этим наличие в компании дополнительных бонусов для своих сотрудников в виде дополнительного медицинского страхования, оплаты проезда к местам отдыха и прочих позволяет обеспечить чувство значимости для компании каждого сотрудника.
4. Снижение reputационных рисков за счет реализации мероприятий КСО, ввиду создания определенной доверительной атмосферы в обществе по отношению к компании. Поэтому минимизируются риски, связанные с негативным воздействием на репутацию, такие как очерки в прессе, открытая негативная реакция со стороны неудовлетворенных клиентов и прочие.
5. Повышение эффективности производственной деятельности компании за счет реализации вышеперечисленных эффектов. Узнаваемость, репутация, лояльность клиентов обеспечивают экономикобезопасный высокий и устойчивый уровень продаж на всех рынках присутствия компании.

Таким образом, развитие системы КСО внутри компании положительно влияет на ее устойчивое развитие.

Заключение

Следует заключить, что КСО наряду с устойчивым развитием являются главными направлениями, за счет которых компания достигает поставленных экономических и социальных целей. В то время как КСО, по большей части, направлена на поощрение морального поведения и оказание благотворного влияния на социум, мероприятия по устойчивому развитию направлены на обеспечение эффективной корпоративной и производственной деятельности компании за счет достижения баланса между социальными, экологическими и экономическими проблемами.

Мы предлагаем три основных научных метода изучения теории корпоративной социальной ответственности: корпоративный эгоизм, корпоративный альтруизм и теория компромисса.

На основании изучения этих методов мы делаем следующие выводы:

1. Концепция КСО является зонтичной и объединяет в себе разнонаправленные подходы к ее трактованию, которые как дополняют друг друга, так и идут вразрез друг другу.

2. К числу наиболее представительных на сегодняшний день концепций КСО, принятых в научном сообществе, относятся: теория стейкхолдеров, теория корпоративной устойчивости и теория устойчивого развития корпораций.

3. Сочетание теорий КСО и устойчивого развития привело к тому, что КСО рассматривается как инструмент для достижения устойчивого развития компании, а не как отдельная самостоятельная концепция. При этом, и КСО и устойчивое развитие направлено на достижение основной цели корпорации – повышение ее финансовой эффективности с целью обеспечения интересов стейкхолдеров.

4. Помимо задачи повышения прибыльности компаний, мотивом КСО является и повышение ее репутационной значимости, что выражается в реализации ряда социально-ориентированных мероприятий для социума.

5. Устойчивое развитие компаний может быть достигнуто за счет одновременной реализации мероприятий социального, экономического и экологического характера, которые могут быть комплексно оценены с применением различных методических подходов к оценке социальной и коммерческой эффективности.

Список литературы

1. Завьялова Е.Б. Корпоративная социальная ответственность: эволюция подходов и идей // Финансовый бизнес. – 2018. – № 2(193). – С. 26-31.
2. Freeman R.E., Harrison J., Wicks A., Parmar B., de Colle S. Stakeholder Theory: the State of Art. – Cambridge University Press, 2010.
3. Bowen H. R. Social Responsibilities of the Businessman. – N.Y.: Harper & Row, 1953.
4. Carroll A. B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance // Academy of management review. – 1979. – V. 4. – No 4. – P. 497-505. – DOI <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>
5. Благов Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление // Российский журнал менеджмента. – 2004. – Т. 2, № 3. – С. 17-34. – EDN НТУFTP.
6. Сафончук М.В. Социальная ответственность корпораций и общественное благосостояние (экономико-теоретический анализ) // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2017. – Т. 2, № 3. – С. 46-55. – EDN YKUGDV.
7. Туркин С.В. Как выгодно быть добрым: сделайте свой бизнес социально ответственным. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 381 с.
8. Ланнен Дж., Ланнен Л. Капитализм без эгоизма / пер. с англ. ООО «Попурри», 2014.
9. Пичков О.Б. Корпоративная социальная ответственность американских нефтегазовых компаний / О. Б. Пичков // Международные процессы. – 2013. – Т. 11, № 1(32). – С. 113-121. – EDN RVERNH.
10. Старикова Е.А. Значение концепции устойчивого развития в деятельности транснациональных корпораций // Экономика, предпринимательство и право. – 2017. – Т. 7, № 2. – С. 125-136. – DOI 10.18334/epp.7.2.38043. – EDN ZRRGFT.
11. Студеникин Н.В. Устойчивое развитие в проектах государственно-частного партнерства: преодолевая конфликт интересов // Сравнительная политика. – 2015. – Т. 6, № 1. – С. 78-81. – EDN TQUKYZ.

12. Селезнев П.Л. Международный опыт и перспективы реализации государственно-частных партнерств в России / П. Л. Селезнев // Бизнес в законе. – 2009. – № 5. – С. 349-351. – EDN LMARUT.
13. Шнайдер В.В. Современный интерес к концепции устойчивого развития организации / В. В. Шнайдер // Гуманитарные балканские исследования. – 2019. – Т. 3, № 4(6). – С. 71-74. – DOI 10.34671/SCH.HBR.2019.0304.0018. – EDN IDTIAR.
14. Boyle E.J., Higgins M.M., Rhee S.G. Stock market reaction to ethical initiatives of defense contractors: Theory and evidence // Critical Perspectives on Accounting. – 1997. – V. 8. – No 6. – P. 541-561. – DOI <https://doi.org/10.1006/cpac.1997.0124>
15. Гиляровская Л.Т. Экономический анализ [Электронный ресурс]. – URL: <https://institutiones.com/download/books/1338-ekonomicheskij-analiz.html> (дата обращения 02.12.2023)
16. Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН «Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года» [Электронный ресурс]. – URL: https://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/ares70d1_ru.pdf
17. Глобальный договор Организации Объединенных Наций (ООН). Национальная сеть Глобального договора ООН в России [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.globalcompact.ru> (дата обращения 26.04.2020).
18. Fogel K., Morck R., Yeung B. Big business stability and economic growth: Is what's good for General Motors good for America? // Journal of Financial Economics. – 2008. – No 1. – P. 83–108. – DOI 10.1016/j.jfineco.2007.06.004
19. Чжу Цзиньсю. Оценка нефинансовых показателей и устойчивое развитие предприятий // Экономист. – 2018.
20. Diamond J. Big Business and the Environment: Different Conditions, Different Outcomes // Collapse: How Societies Choose to Fail or Succeed. – 2005. – P. 441.
21. Студеникин Н.В., Завьялова Е.Б., Зайцев Ю.К. Корпоративная социальная ответственность: учебник. – 1-е изд.. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 125 с. – ISBN 978-5-534-08409-2. – EDN FWKRKC.
22. Вацалова Т.В. Устойчивое развитие: учебное пособие для вузов. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 186 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-07850-3. – EDN IQOUTZ.

Статья поступила в редакцию 22 августа 2025 г.
Принята к публикации 17 октября 2025 г.

Ссылка для цитирования: Смирнова О.В., Челак С.В., Пяткова Н.В. Влияние корпоративной социальной ответственности бизнеса на устойчивое развитие // Национальная безопасность и стратегическое планирование. 2025. № 3(51). С. 36-50. DOI: <https://doi.org/10.37468/2307-1400-2025-3-36-50>

The impact of corporate social responsibility on sustainable development

Smirnova Olga A.¹

Chelak Svetlana V.²

Pyatkova Natalya V.³

¹ Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russia

² Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, Russia

³ Saint Petersburg State University of Civil Aviation named after Chief Marshal of Aviation A.A. Novikov, Saint Petersburg, Russia

Abstract

This article examines the impact of corporate social responsibility on the sustainable development of companies in the context of economic digitalization, increased competition, and growing societal demands for economic security and ethical business practices. The relevance of this study stems from the need to identify effective management tools that ensure the long-term competitiveness of organizations while simultaneously meeting social and environmental obligations.

This paper provides a comprehensive theoretical analysis of the evolution of the concept of corporate social responsibility and systematizes the main scientific approaches to its interpretation. The relationship between corporate social responsibility and the concept of sustainable development, stakeholder theory, and strategic sustainability of a company is demonstrated. It is substantiated that the implementation of corporate social responsibility measures, despite short-term declines in profits, contributes to increased financial efficiency, reduced reputational risks, increased consumer loyalty, and investment attractiveness in the medium and long term.

The theoretical significance of this study lies in its clarification of the content and role of corporate social responsibility as a tool for achieving sustainable development, as well as in its synthesis of approaches to defining strategic sustainability of a business. The practical significance lies in the potential for using the findings in developing corporate strategies aimed at balancing the economic, social, and environmental interests of stakeholders.

Prospects for further research include developing methods for quantitatively assessing the effectiveness of corporate social responsibility programs, analyzing their impact on the economic security and sustainability of companies, and studying industry-specific and regional aspects of corporate social responsibility implementation.

Keywords: social responsibility, sustainable development, economic security, corporate altruism, corporate egoism, compromise theory.

References

1. *Zavyalova E.B.* Corporate Social Responsibility: The Evolution of Approaches and Ideas // Financial Business. – 2018. – No. 2 (193). – P. 26-31.
2. *Freeman R.E., Harrison J., Wicks A., Parmar B., de Colle S.* Stakeholder Theory: the State of Art. – Cambridge University Press, 2010.
3. *Bowen H.R.* Social Responsibilities of the Businessman. – N.Y.: Harper & Row, 1953.
4. *Carroll A.B.* A three-dimensional conceptual model of corporate performance // Academy of Management Review. – 1979. – Vol. 4. – No. 4. – P. 497-505. – DOI <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>
5. *Blagov Yu.E.* The Concept of Corporate Social Responsibility and Strategic Management // Russian Journal of Management. – 2004. – Vol. 2, No. 3. – Pp. 17-34. – EDN HTYFTP.
6. *Safranchuk M.V.* Social Responsibility of Corporations and Public Welfare (Economic and Theoretical Analysis) // Economy and Management: Problems, Solutions. – 2017. – Vol. 2, No. 3. – Pp. 46-55. – EDN YKUGDV.
7. *Turkin S.V.* How to Be Profitable: Make Your Business Socially Responsible. – Moscow: Alpina Business Books, 2007. – 381 p.
8. *Lannon J., Lannon L.* Capitalism without Egoism / trans. from English. OOO "Popouri", 2014.
9. *Pichkov O.B.* Corporate Social Responsibility of American Oil and Gas Companies / O.B. Pichkov // International Processes. – 2013. – Vol. 11, No. 1 (32). – Pp. 113-121. – EDN RVERNH.
10. *Starikova E.A.* The Importance of the Sustainable Development Concept in the Activities of Transnational Corporations // Economy, Entrepreneurship and Law. – 2017. – Vol. 7, No. 2. – Pp. 125-136. – DOI 10.18334/epp.7.2.38043. – EDN ZRRGFT.
11. *Studenikin N.V.* Sustainable Development in Public-Private Partnership Projects: Overcoming Conflicts of Interest // Comparative Politics. – 2015. – Vol. 6, No. 1. – Pp. 78-81. – EDN TQUKYZ.
12. *Seleznev P.L.* International Experience and Prospects for Implementing Public-Private Partnerships in Russia / P. L. Seleznev // Business in Law. – 2009. – No. 5. – Pp. 349-351. – EDN LMARUT.
13. *Schneider V.V.* Modern Interest in the Concept of Sustainable Development of an Organization / V. V. Schneider // Humanitarian Balkan Studies. – 2019. – Vol. 3, No. 4(6). – Pp. 71-74. – DOI 10.34671/SCH.HBR.2019.0304.0018. - EDN IDTIAR.
14. *Boyle E.J., Higgins M.M., Rhee S.G.* Stock market reaction to ethical initiatives of defense contractors: Theory and evidence // Critical Perspectives on Accounting. – 1997. – V. 8. – No. 6. – P. 541-561. – DOI <https://doi.org/10.1006/cpac.1997.0124>
15. *Gilyarovskaya L.T.* Economic analysis [Electronic resource]. – URL: <https://institutiones.com/download/books/1338-ekonomicheskij-analiz.html> (date of access 02.12.2023)
16. UN General Assembly resolution "Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development" [Electronic resource]. – URL: https://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/ares70d1_ru.pdf
17. United Nations (UN) Global Compact. National Network of the UN Global Compact in Russia [Electronic resource]. – URL: <http://www.globalcompact.ru> (date of access 04/26/2020).

18. Fogel K., Morck R., Yeung B. Big business stability and economic growth: Is what's good for General Motors good for America? // Journal of Financial Economics. – 2008. – No. 1. – P. 83–108. – DOI 10.1016/j.jfineco.2007.06.004
19. Zhu Jinxiu. Assessment of non-financial indicators and sustainable development of enterprises // The Economist. – 2018.
20. Diamond J. Big Business and the Environment: Different Conditions, Different Outcomes // Collapse: How Societies Choose to Fail or Succeed. – 2005. – P. 441.
21. Studenikin N. V., Zavyalova E. B., Zaitsev Yu. K. Corporate Social Responsibility: Textbook. – 1st ed. - Moscow: Yurait Publishing House, 2020. – 125 p. – ISBN 978-5-534-08409-2. – EDN FWKRKC.
22. Vashchalova T. V. Sustainable Development: Textbook for Universities. – 3rd ed., corrected. and enlarged. – Moscow: Yurait Publishing House, 2021. – 186 p. – (Higher Education). – ISBN 978-5-534-07850-3. – EDN IQOUTZ.

For citation: Smirnova O.A., Chelak S.V., Pyatkova N.V. The impact of corporate social responsibility on sustainable development // National security and strategic planning. 2025. № 3(51). pp. 36-50. DOI: <https://doi.org/10.37468/2307-1400-2025-3-36-50>

Сведения об авторах:

Смирнова Ольга Александровна – доктор экономических наук, профессор, профессор Института промышленного менеджмента, экономики и торговли, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, Россия
SPIN-код: 3567-2965
e-mail: o.saraf@mail.ru

Челак Светлана Васильевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической безопасности, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург, Россия
SPIN-код: 9419-0061
e-mail: sv1135@mail.ru

Пяткова Наталья Викторовна – старший преподаватель кафедра истории и управления персоналом, Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации им. главного маршала авиации А.А. Новикова, г. Санкт-Петербург, Россия
SPIN-код: 2485-0091
e-mail: nat154@mail.ru

Information about authors:

Smirnova Olga A. – Doctor in Economics, Professor, Professor of the Institute of Industrial Management, Economics and Trade, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russia
SPIN: 3567-2965
e-mail: o.saraf@mail.ru

Chelak Svetlana V. – PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economic Security, Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, Russia
SPIN: 9419-0061
e-mail: sv1135@mail.ru

Pyatkova Natalya V. – Senior Lecturer, Department of History and Personnel Management, Saint Petersburg State University of Civil Aviation named after Chief Marshal of Aviation A.A. Novikov, Saint Petersburg, Russia
SPIN
SPIN: 2485-0091
e-mail: nat154@mail.ru
SPIN-код: 9465-4482