

Интернет-журнал «Наукovedение» ISSN 2223-5167 <http://naukovedenie.ru/>

Том 8, №3 (2016) <http://naukovedenie.ru/index.php?p=vol8-3>

URL статьи: <http://naukovedenie.ru/PDF/29EVN316.pdf>

Статья опубликована 30.05.2016.

Ссылка для цитирования этой статьи:

Зильберштейн О.Б., Семенюк Д.Д., Шкляр Т.Л., Юрковский А.В. Корпоративная социальная ответственность как бизнес-проект: теоретический аспект // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №3 (2016) <http://naukovedenie.ru/PDF/29EVN316.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 65.011.14

Зильберштейн Олег Барухович

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия», Россия, Москва¹
Кандидат экономических наук, доцент
E-mail: obz81@yandex.ru

Семенюк Дарья Дмитриевна

Московская международная высшая школа бизнеса МИРБИС (институт), Россия, Москва
Аспирантка кафедры «Менеджмента»
E-mail: sesilia17@bk.ru

Шкляр Татьяна Львовна

ФГБОУ ВПО Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Россия, Москва
Кандидат экономических наук, доцент
E-mail: tlb@mail.ru

Юрковский Александр Владимирович

Московская международная высшая школа бизнеса МИРБИС (институт), Россия, Москва
Аспирантка кафедры «Менеджмента»
E-mail: yurkovskyav@mail.ru

Корпоративная социальная ответственность как бизнес-проект: теоретический аспект

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема результатов социальной ответственности бизнеса. Основная идея, заложенная авторами статьи, состоит в том, что в настоящее время корпоративная социальная ответственность, как некоторый вид активности бизнеса, представляет собой бесконечный процесс, не имеющий ясных критериев оценки и результата, и, соответственно, такой подход должен быть пересмотрен. Авторы сделали попытку рассмотреть сущность корпоративной социальной ответственности с точки зрения получаемых результатов в соответствии с проектным пониманием деятельности бизнеса. В статье обобщен понятийный аппарат, базовые концепции корпоративной социальной ответственности и различные классификации этапов развития взаимоотношений бизнеса и общества, которые обуславливают проблему четкого определения того, в чем конкретно проявляется социальная ответственность бизнеса, и каковы роль и место этих проявлений в деятельности бизнеса. Сформулированы ключевые аспекты понимания сути корпоративной социальной ответственности, которые обуславливают проектную суть корпоративной социальной ответственности. Кроме того, авторы акцентируют внимание на добровольности

¹ 109147, Москва, ул. Марксистская, дом 34, корп. 7

деятельности бизнеса в рамках реализации корпоративной социальной ответственности. При этом добровольное участие бизнеса в социальных проектах связана с формированием, так называемых, совместных выгод.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность; этапы развития; социальный проект; результат; совместная ценность; полезность; конкурентные преимущества; проектная схема корпоративной социальной ответственности; заинтересованные стороны; критерии социального проекта

Одной из активно обсуждаемых тем в современных изданиях по проблемам управления социально-экономическими системами, процессами и явлениями выступает вопрос об ответственности бизнеса перед обществом, и его роли в развитии этого общества и отдельных его элементов. Многие деятели науки и практики², как в России, так и за рубежом, сводят проблему социальной ответственности бизнеса к ответам на следующие вопросы:

- Является ли бизнес морально ответственным субъектом?
- Обязан ли бизнес действовать в условиях определенных моральных обязательств?
- Должен ли соблюдать все требования общества и групп, чьи интересы затрагиваются его действиями?
- Может ли поведение бизнеса формироваться на основе принципов справедливости?
- Имеет ли бизнес моральные обязательства по защите и сохранению окружающей среды?
- Должен ли бизнес стремиться к чему либо, кроме капитализации?
- Есть ли у бизнеса обязанности перед обществом по обеспечению занятости, устранению дискриминации и др.?

В соответствующей литературе данная проблема получила название корпоративной социальной ответственности (КСО). Наиболее распространенным и популярным в широкой среде исследователей и практиков, на наш взгляд, определением социальной ответственности является следующее: «... наложение воли общества на свободную волю индивида, направление его активности в определенные рамки» [34]. Следует отметить, что данное определение сформулировано еще в 1965 году советским автором, но его суть в полной мере отражает современное восприятие КСО в международном сообществе. Фактически данное определение вскрывает все противоречия, заложенные в идею социальной ответственности

² См. напр.: Плакасов Т.О. Эффективность инструментов корпоративной социальной ответственности. Дисс. ... к.э.н. М. 2012. 214 с.; Стратегия и лучшая практика устойчивого развития в странах Евразии. Материалы 1-го Международного Саммита по корпоративной социальной ответственности. Киев. 2009; Доклад о социальных инвестициях в России 2004: Роль бизнеса в общественном развитии. 2004. Под общ. ред. С.Е. Литовченко. М.: Ассоциация Менеджеров; Доклад о социальных инвестициях в России 2008: Интеграция КСО в корпоративную стратегию. 2008. Под общ. ред. Ю.Е. Благова, С.Е. Литовченко, Е.А. Ивановой. М. Ассоциация Менеджеров; Из России с любовью: Национальный вклад в глобальный контекст КСО. 2008. The Economist Intelligence Unit; Развитие социально ответственной практики: аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов, 2006-2007 годы выпуска. Аналитический обзор. 2008. Под общ. ред. А.Н. Шохина; и многие др.

бизнеса. Однако не следует дословно интерпретировать данный термин - КСО³. Харитонова Е.Н. подчеркивает, «что ответственность не имеет смысла, если индивид или организация не обладают свободой выборов вариантов своего поведения. Именно свобода воли является предпосылкой ответственности, которая в социальном развитии проявляет себя в сложном, динамичном и противоречивом процессе, где характер участия бизнеса определяется направлением и социальными последствиями конкретной деятельности, которые избираются свободно. В этом смысле ответственность ... проявляется как мера свободы. В любой ситуации выбор управленческого решения определяет позицию менеджеров, которая не только отвечает потребностями и интересами бизнеса, но и соответствует социальным целям организации» [33].

На наш взгляд, точнее было бы говорить о проблеме социальной деятельности бизнеса. Важно понимать то, какие конкретные действия предприняты бизнесом в рамках взаимоотношений с обществом, как эти действия согласованы с общественными ожиданиями, и каким образом эти действия повлияли на конкретные общественные группы (стейкхолдеров), то есть, какой получен результат. Ведь если перефразировать известное выражение, то бизнес без общества – деньги на ветер. Таким образом, рассматривать данную проблему следует не с точки зрения морали и юриспруденции, а в экономической и управленческой плоскости. *Фактически деятельность менеджмента в области КСО должна быть направлена на повышение социальной эффективности бизнеса и роста благосостояния всех участников, вовлеченных в эти процессы.*

Чегринцева Н.С. дает следующее определение корпоративной социальной ответственности – «инициативный и добровольный вклад предпринимательского сообщества в социализацию экономического общественного развития посредством распределения части финансовых, материальных, технологических, информационных, управленческих и иных ресурсов в некоммерческие общественные продукты, для формирования конкурентных преимуществ и достижения в стратегическом отношении экономического эффекта» [34]. Важным аспектом в этом определении является *добровольность социальных инициатив бизнеса и их направленность на создание конкурентных преимуществ в долгосрочном периоде и для отдельного бизнеса и для отрасли и для общества, с которым взаимодействует бизнес.*

Конечно, тема корпоративной социальной ответственности достаточно широко описана. Например, Сапрыкина О.А. приводит следующую классификацию подходов к определению КСО [31]:

1. Конкурентный подход к определению КСО предполагает, что цели деятельности предприятия находятся в определенном противоречии, при этом достижение экономических целей первично, а социальные цели могут иметь опосредованную экономическую оценку;

³ Данный термин возник в США еще в первой трети XX века, а основы идеи об ответственности бизнеса перед обществом были заложены в работах Р. Оуэна и других социалистов-утопистов Сен-Симон К., Фурье Ш. и др. См. напр.: Оуэн Р. Избранные сочинения в двух томах — Москва, Ленинград: Издательство Академии наук СССР, 1950; Гладышев Андрей Владимирович. К.-А. Сен-Симон в идейной жизни Франции времен Консульства и Империи: Дис. ... д-ра ист. наук: 07.00.03: Саратов, 2003 544 с. РГБ ОД, 71:04-7/83; Самсонова Т.Н. Проблема равенства в западноевропейской социально-политической мысли XV - первой половины XIX века: Дис. ... д-ра полит. наук: 23.00.01: Москва, 1999, 345 с.; Павлова Е.В. Критика современных буржуазных фальсификаций идейно-теоретического наследия Ш. Фурье: Дис. ... канд. Филос. Наук: 09.00.02: Москва, 1984, 195 с. и Социальная ответственность бизнеса: опыт России и Запада. М., 2004; Харитонова Е.Н. Управление социально ответственной деятельностью промышленных предприятий (на примере черной металлургии). Дис. ... д.э.н. М. 2009.

2. Социальная ответственность как этическое поведение бизнес-структур предполагает, что бизнес добровольно солидарен с обществом в оценке этических норм и выполняет свои функции в соответствии с установленными нормами морали, при этом, не только соответствует ожиданиям общества, но и превосходит их;
3. КСО как взаимоотношения компании с заинтересованными сторонами предполагает, при том, что бизнесом четко определены стейкхолдеры (заинтересованные стороны), их понимание этики и морали, бизнес ощущает чувство долга выполнять на добровольной основе вложения в устойчивое развитие общества, учитывая его ожидания, выходящее за рамки определенного законом минимума;
4. КСО в контексте устойчивого развития общества предполагает, что бизнес интегрирует свои цели и цели общества, и направляет свои ресурсы на общее экономическое, социальное и экологическое развитие.

С нашей точки зрения, первый подход к пониманию КСО является наиболее приемлемым и для бизнеса и для общества. Логическим же продолжением первого подхода фактически является четвертый подход, который обуславливает необходимость долгосрочного сотрудничества бизнеса и стейкхолдеров. Все остальные концепции и взгляды на КСО, с нашей точки зрения, являются либо своего рода рэкетом, либо филантропией. Конечно, филантропия в предыдущие периоды рассматривалась как часть КСО. Однако, *в настоящее время, по нашему мнению, филантропию бизнеса и собственников бизнеса следует выделить в отдельное направление.* Филантропия не предполагает создания выгодных и для бизнеса и для общества ценностей. В некоторых же случаях может привести и к крушению бизнеса и к деформации моральных устоев в обществе.

Следует отметить, что социальная ответственность бизнеса направлена, как на внешнюю, так и внутреннюю среду организации. К внутренней социальной ответственности относят деятельность, связанную с развитием персонала организации. В частности: программы по обеспечению безопасности труда; внедрение современных моделей оплаты труда; пропорциональному росту производительности труда и заработной платы; дополнительному медицинскому страхованию; развитие сотрудников через обучающие программы и повышение квалификации и др. Внешняя же составляющая социальной ответственности бизнеса вызывает полемику. Эта часть социальной ответственности не регламентируется законодательно, а регулируется существующими традициями. Можно выделить такие её традиционные направления как: благотворительность; забота об экологии; развитие местного сообщества; помощь в кризисных ситуациях; производство высококачественной продукции и оказание услуг.

Как было указано выше, идеи о взаимно-эффективном сотрудничестве бизнеса и общества возникли в первой половине XIX века, как ответ на сложное экономическое и социальное положение рабочих промышленных предприятий. Однако практические попытки устранить противоречия между бизнесом и обществом были неудачными⁴, но заложили основу теории социальной ответственности бизнеса. Следующим этапом в формировании взглядов на социальную ответственность бизнеса можно считать марксистскую теорию, которая предлагала решить противоречия между обществом и бизнесом путем уничтожения последнего. В ответ на это на рубеже XIX-XX веков в США в среде крупного капитала зародилось филантропическое движение. Активность его участников была направлена

⁴ Например: Historic New Harmony, Indiana. URL: <http://maxkade.iupui.edu/newharmony/home.html>.

развитие не только их профессиональной среды, но и на улучшение всей социальной ситуации в ареале своего обитания. Этот этап развития теории и практики социальной ответственности бизнеса охватывает около 50 лет, до середины XX века, и характеризуется, в том числе появлением благотворительных фондов, бизнес школ, проведением исследований в области организации труда и трудовых отношений, внедрением результатов исследований в практику бизнеса и учебные программы. Еще одним важным аспектом формирования теории социальной ответственности стало основание в 1919 году Международной организации труда. Макарова Е.П. называет этот этап «попечительское управление» [21], что означает заботу о сотрудниках организации, поскольку это ведет к более высокой производительности и доходности на предприятии. Следующим этапом в развитии социальной ответственности бизнеса можно считать появление концепции заинтересованных сторон и публикацию Г. Боуэном своей работы «Социальная ответственность бизнесмена» [1], в которой сформулирована концепция социальной ответственности, как обязанности проводить политику и принимать решения, которые соответствуют целям и ценностям демократического общества. Этот этап продолжается и в наше время. Следует отметить разработку Арчи Кэрроллом четырехуровневой пирамиды социальной ответственности (Рис. 1). С нашей точки зрения, пирамида Кэрролла дает достаточно подробное и точное представление о корпоративной социальной ответственности как многоуровневой совокупности действий бизнеса и воздействий на различные общественные и другие группы.



Рисунок 1. Пирамида корпоративной социальной ответственности Арчи Кэрролла

«Основу ... составляет экономическая ответственность (непосредственно определяется базовой функцией компании на рынке как производителя товаров и услуг, позволяющих удовлетворять потребности потребителей и, соответственно, извлекать прибыль); далее следует правовая ответственность (предполагает необходимость исполнения компаниями законов в условиях рыночной экономики). Этическая ответственность предполагает от компании созвучности ожиданиям общества, не оговоренным в правовых нормах, но основанным на существующих нормах модели. Завершает пирамиду многоуровневой ответственности филантропическая ответственность, которая представляется в виде действий компании, направленных на поддержание и развитие благосостояния общества через добровольное участие в реализации социальных программ» [31].

Апофеозом этого этапа стала разработка в 2010 году интегрированной отчетности GRI G4⁵ и публикация Международного стандарта ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности»⁶.

Кроме приведенной нами выше периодизации развития социальной ответственности бизнеса можно выделить подход к периодизации процесса развития корпоративной социальной ответственности в современной России и за рубежом Сапрыкиной О.А. [31].

В международной практике данный автор выделяет 7 этапов:

1. Зарождение концепции КСО (начало XIX века - середина XX века). Начало движения за защиту прав трудящихся. Эта инициатива исходила от промышленного среднего класса и, по сути, явилась прообразом профсоюзного движения. Одним из основоположников социальной ответственности стал английский промышленник, социалист-утопист Р. Оуэн, который не только попытался реализовать свои идеи на практике, но и предлагал радикальные теоретические программы перестройки капиталистического общества в целом. В начале XX века появилась доктрина «капиталистической благотворительности», одним из основоположников которой считается Эндрю «Святой Андрей» Карнеги, теория была изложена в его книге «Евангелие процветания» [19]. Содержание концепции социальной ответственности бизнеса широко представлено в монографии Ф. Берли и Г. Минза «Современная корпорация и частная собственность» (1934 г.) [9] и в книге Г. Боуэна «Социальная ответственность бизнесмена» [1]. Идея заключается в том, что бизнес не может игнорировать интересы социума, так как стабильность общества является главным условием их эффективной деятельности. Фактически с момента выхода монографии Боуэна в 1953 г. начался новый институциональный этап развития КСО;

2. Возникновение трех основных теорий КСО (60-е гг. — сер. 70-х гг. XX века). Теория корпоративного эгоизма Милтона Фридмана (1971 г.), который утверждал, что суть социальной ответственности бизнеса состоит в эффективном использовании ресурсов и энергии действий, в пределах правил игры, которые приведут к увеличению прибыли. Теория корпоративного альтруизма и была озвучена Комитетом по экономическому развитию (The Committee for Economic Development) в ответ на статью М. Фридмана, опубликованную в New York Times, и является прямо противоположной точкой зрения. Комитет рекомендовал корпорациям улучшать качество жизни граждан. Теория разумного эгоизма, которая является центристской и предполагает, что социальная ответственность бизнеса позволяет сокращать долгосрочные потери компаний. То есть направляя финансы на социальные и филантропические программы, компании создают благоприятные условия в обществе и, следовательно, сокращают затраты в долгосрочной перспективе;

3. Становление неолиберализма (конец 70-х гг. - середина 80-х гг.). В основу положены принципы минимального государственного вмешательства в экономику. Считалось, что конкурентные позиции компаний, а также эффективность их деятельности будет возрастать только при невмешательстве государства, при минимальном ограничении свободы предпринимательства;

4. Социально-рыночный период развития КСО (начало 90-х гг. — середина 90-х гг.). Сочетает в себе рынок и конкуренцию с социальной ответственностью. Делается попытка идти дальше концепции устойчивого развития, поскольку традиционные понятия экономического роста поставлены под сомнение.

⁵ Подробнее см.: <https://www.globalreporting.org/resource/library/Russian-G4-Part-One.pdf>.

⁶ Подробнее см.: <http://media.rssp.ru/document/1/6/4/64150d953949a8b84b2e0c315e8e4318.pdf>.

5. Концепции «компании участников» и «компании собственников» (середина 90-х гг. - конец 90-х гг.). Концепции «компании участников» сводится к тому, что лица и организации, обеспечивающие нормальное функционирование компании, являются образованием, объединенным общим интересом, и каждый из «участников» участвует в решении общих задач. Концепция «компания собственников» утверждает, что контроль владельцев и топ-менеджеров над компанией является на сегодня их главной отличительной чертой. Такая расстановка сил ведет к повышению зависимости менеджеров от акционеров, для которых главным критерием благополучия становится получение дивидендов и котировка акций на фондовой бирже;

6. Концепция корпоративного гражданства (конец 90-х гг. - начало 2000-х гг.). Концепция корпоративного гражданства, причинами развития которой являются давление, исходящее от заинтересованных сторон компании; активность общественных организаций; все большая активность государственных органов; разработка и внедрение кодексов корпоративного поведения;

7. Корпоративная устойчивость или Концепция устойчивого успеха (2010 г. – настоящее время). Приоритетами в области социальной ответственности бизнеса являются удовлетворение потребителей; удовлетворение запросов персонала; охрана окружающей среды; обеспечение прибыльности и роста компании. Это этап окончательной зрелости концепции социальной ответственности бизнеса, который реализуется в форме прогрессивных альянсов.

Чегринцева Н.С. [34] предложила следующую периодизацию развития социальной ответственности бизнеса:

1. С начала XX века по начало 30-х годов – период защиты прав трудящихся;
2. С середины 20-х годов по 40-е годы – период добросовестной деловой практики;
3. С начала 40-х по первую половину 50-х годов – гарантирование безопасности труда;
4. Со второй половины 40-х по середину 60-х годов – Формирование и развитие местного сообщества;
5. С начала 60-х по вторую половину 70-х годов – сохранение окружающей среды;
6. С начала 70-х по начало 90-х гг. – ориентация на потребителя и качество выпускаемой продукции;
7. С начала 80-х годов XX века, но настоящее время – стимулирование инновационной активности.

Описание этапов развития КСО в России приведенное в работе Сапрыкиной носит еще более глубокий характер, хотя, в отличие от этапов развития КСО в мире, заслуживает серьезной критики. Всего в периодизацию включено 16 этапов развития КСО в России начиная с эпохи раннего средневековья, а именно с 988 г. н.э. Конечно такой подход носит некоторые ненаучные черты. В связи с этим, остановимся подробно на периодизации, начиная с 1985 года. В частности:

1. 1985 по 1991 гг. этап возрождение благотворительности в постсоветское время, который характеризуется созданием первых общественных фондов.
2. Период с 1991 г. по середину 1990-х гг., определен как период возникновения акционерных обществ и период передачи социальных объектов из собственности предприятия в собственность муниципалитетам.

3. Период с середины 90-х гг. по 2002 г. – период развития социальных инвестиций в отношении сотрудников. Стабилизация социальной инфраструктуры. Освоение корпорациями принципов КСО. Первые нефинансовые отчеты составляются в свободной форме. Распоряжение ФКЦБ России «О рекомендации к применению кодекса корпоративного поведения».
4. 2003 – 2009 гг. – период социальной стабильности. Разнообразные проекты служат целям формирования отношений с представителями органов власти. Первые крупные российские компании составляют социальные отчеты по международным стандартам. В этот период наблюдается положительная динамика составления нефинансовых отчетов.
5. Начиная с 2010 года, и по настоящее время, наблюдается сокращение мероприятий корпоративной социальной ответственности в связи с мировым финансовым кризисом. Резкое сокращение практики составления нефинансовых отчетов.

Рассмотрев сущность и основные этапы развития социальной ответственности бизнеса, следует согласиться с мнением Никитиной Л.М. [22] о том, что в основе сущности корпоративной социальной ответственности лежат три главных аспекта:

1. Общественно-значимый аспект, направленный на внешнюю среду. В этом случае корпоративная социальная является отражением совокупности общественных интересов, ценностей и ожиданий заинтересованных сторон в целях и действиях компании.
2. Созидательный аспект, который имеет смешенное влияние. При этом корпоративная социальная ответственность является специфической реакцией компаний на требования, предъявляемые обществом, и проявляется в ее управляемости, сознательной и четкой организации.
3. Практический аспект, воздействующий на внутреннюю среду бизнеса. Корпоративная социальная ответственность как противоречивая система деклараций и действий предприятия, адресованных заинтересованным сторонам.

Обобщая изложенное выше можно прийти к выводу, что корпоративная социальная ответственность на современном этапе развития экономических и общественных отношений представляет собой инициативную, гармоничную и взаимовыгодную совместную проектную деятельность бизнеса и конкретных заинтересованных сторон с целью создания конкретных взаимных выгод.

Таким образом, мы получаем следующие *ключевые аспекты понимания сути корпоративной социальной ответственности*:

- безусловность прямого взаимодействия бизнеса и общественных институтов. Избежать такого взаимодействия в экономически и политически развитых обществах бизнесу невозможно. Исходя из тезиса о безусловности прямого взаимодействия, была сформирована теория заинтересованных сторон (стейкхолдеров в широком смысле слова, не только акционеров, но и другие взаимодействующие и влияющие группы). Таким образом, следует понимать, что бизнес взаимодействует не с абстрактным социумом, а с конкретными стейкхолдерами;

- целями взаимодействий бизнеса и общественных институтов являются: общий рост благосостояния и бизнеса и стейкхолдеров, повышение эффективности их функционирования, сокращение различных издержек, создание инноваций;
- условиями взаимодействия бизнеса и общественных институтов являются: добровольность, конструктивность и комплексность, взаимовыгодность, долгосрочность;
- социальная ответственность бизнеса проявляется в конкретных социальных проектах, которые, в свою очередь, должны иметь конкретный результат в конкретных временных рамках. Кроме того, социальный проект должен иметь ясную стоимостную оценку, при том, что указанный выше результат может предполагать не только и не столько конкретные материальные взаимные выгоды, но и некоторые нематериальные взаимные выгоды⁷.

На наш взгляд, именно с этих точек зрения необходимо рассматривать данную проблему.

Подводя итог представленному материалу, следует отметить актуальность продолжения исследований в области социальной ответственности бизнеса в России с целью выработки эффективного управленческого инструментария реализации социальных проектов бизнеса. Однако перед нами встает вопрос четкого определения того, в чем конкретно проявляется социальная ответственность бизнеса, и каковы роль и место этих проявлений в деятельности бизнеса. Кроме того, до сих пор отсутствуют общепризнанные критерии оценки эффективности реализации социальных проектов бизнеса. Особую актуальность эти вопросы приобретают именно сейчас, в условиях экономической нестабильности.

⁷ Подробнее о создании взаимных выгод или стоимости см. тут: 1.Porter Michael E., Mark R. Kramer. Strategy & Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility <https://hbr.org/2006/12/strategy-and-society-the-link-between-competitive-advantage-and-corporate-social-responsibility>; Porter Michael E., Mark R. Kramer. Creating Shared Value. Harvard Business Review; Jan/Feb2011, Vol. 89 Issue 1/2, p. 62-77.

ЛИТЕРАТУРА

1. Bowen Howard R. Social Responsibilities of the Businessman. University Of Iowa Press; 1 edition (December 1, 2013). 298 p.
2. Bryson J. (2004) What to do when stakeholders matter. Public Management Review, 6 (1), p. 21 – 23.
3. Eden, C. and Ackermann, F. (1998) Making Strategy: The Journey of Strategic Management, p117, London: Sage Publications.
4. Freeman, Edward. (2010) Strategic Management: A Stakeholder Approach, Cambridge: Cambridge University Press.
5. Freeman, R.E. (1984) Strategic Management: A Stakeholder Approach, p46, Boston, MA: Pitman. Latest edition.
6. Historic New Harmony, Indiana. URL: <http://maxkade.iupui.edu/newharmony/home.html>.
7. Porter Michael E., Mark R. Kramer. Strategy & Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility <https://hbr.org/2006/12/strategy-and-society-the-link-between-competitive-advantage-and-corporate-social-responsibility>.
8. Porter Michael E., Mark R. Kramer. Creating Shared Value. Harvard Business Review; Jan/Feb2011, Vol. 89 Issue 1/2, p. 62-77.
9. Берли Ф., Минз Г. Современная корпорация и частная собственность. – М.: Дело, 2004. – 329 с.
10. Гладышев Андрей Владимирович. К.-А. Сен-Симон в идейной жизни Франции времен Консульства и Империи: Дис. ... д-ра ист. наук: 07.00.03: Саратов, 2003 544 с. РГБ ОД, 71:04-7/83.
11. Доклад о социальных инвестициях в России 2004: Роль бизнеса в общественном развитии. Под общ. ред. С.Е. Литовченко. М.: Ассоциация Менеджеров 2004.
12. Доклад о социальных инвестициях в России 2008: Интеграция КСО в корпоративную стратегию. 2008. Под общ. ред. Ю.Е. Благова, С.Е. Литовченко, Е.А. Ивановой. М. Ассоциация Менеджеров.
13. Зильберштейн О.Б. и др. Социальная ответственность бизнеса в системе корпоративного управления и организационной структуры / Зильберштейн О.Б., Шахнес Т.Ю., Шкляр Т.Л., Герасимова С.А., Семенюк Д.Д. // Экономика и предпринимательство. 2016. №1-2 (66-2). С. 1163-1170.
14. Зильберштейн О.Б. и др. Система управления социальной ответственностью бизнеса Hewlett Packard Company / Зильберштейн О.Б., Шахнес Т.Ю., Шкляр Т.Л., Герасимова С.А., Семенюк Д.Д. // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №1 (2016) <http://naukovedenie.ru/PDF/69EVN116.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ. DOI:10.15862/69EVN116.
15. Зильберштейн О.Б., Шахнес Т.Ю. Основы управления социальными проектами бизнеса // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2015. Т. 6. №3. С. 50–55.

16. Зильберштейн О.Б., Шахнес Т.Ю., Шкляр Т.Л. Подходы к определению экономического эффекта от реализации социальных проектов бизнеса // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 7, №5 (2015) <http://naukovedenie.ru/PDF/76EVN515.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ. DOI:10.15862/76EVN515.
17. Зильберштейн О.Б., Шахнес Т.Ю., Шкляр Т.Л. Формы и модели реализации корпоративной социальной ответственности в развивающихся странах // Экономика и предпринимательство. 2015. №10-1 (63-1). С. 1060-1065.
18. Из России с любовью: Национальный вклад в глобальный контекст КСО. 2008. The Economist Intelligence Unit.
19. Карнеги Э. Автобиография. Евангелие богатства. Пер с англ. Бабук М.А. М.: Изд. Попурри. 2014. 480 с.
20. Кузеванова А.Л. Структурно-функциональный анализ социальной ответственности бизнеса // Среднерусский вестник общественных наук. 2013. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/strukturno-funktsionalnyy-analiz-sotsialnoy-otvetstvennosti-biznesa> (дата обращения: 26.02.2016).
21. Макарова Е.П. Трансформация представлений о социальной ответственности бизнеса. // <http://www.lib.csu.ru/vch/246/006.pdf>.
22. Никитина Л.М. Система корпоративной социальной ответственности в России: содержание, факторы развития, механизм управления. Дис. ... д.э.н. Воронеж. 2011. С. 75-76.
23. Осипов В.С. Дисфункции государственного управления и направления их преодоления // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2015. №1. С. 74-84.
24. Осипов В.С. Институциональные дисфункции взаимодействия государства, бизнеса и общества // ЦИТИСЭ. 2015. №3. С. 7.
25. Оуэн Р. Избранные сочинения в двух томах - Москва, Ленинград: Издательство Академии наук СССР, 1950.
26. Павлова Е.В. Критика современных буржуазных фальсификаций идейно-теоретического наследия Ш. Фурье: Дис. ... канд. Филос. Наук: 09.00.02: Москва, 1984, 195 с. и Социальная ответственность бизнеса: опыт России и Запада. М., 2004.
27. Плакасов Т.О. Эффективность инструментов корпоративной социальной ответственности. Дисс. ... к.э.н. М. 2012. 214 с.
28. Прокопьев Александр Владимирович Социальная ответственность участников бизнес-проекта // Universum: экономика и юриспруденция . 2014. №3 (4). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-otvetstvennost-uchastnikov-biznes-proekta> (дата обращения: 26.02.2016).
29. Развитие социально ответственной практики: аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов, 2006-2007 годы выпуска. Аналитический обзор. 2008. Под общ. ред. А.Н. Шохина.; и др.
30. Самсонова Т.Н. Проблема равенства в западноевропейской социально-политической мысли XV - первой половины XIX века: Дис. ... д-ра полит. наук: 23.00.01: Москва, 1999, 345 с.

31. Сапрыкина О.А. Корпоративная социальная ответственность: оценка результативности в ходе аудита. Дис. ... к.э.н. Новосибирск. 2012.
32. Стратегия и лучшая практика устойчивого развития в странах Евразии. Материалы 1-го Международного Саммита по корпоративной социальной ответственности. Киев. 2009.
33. Харитоновна Е.Н. Управление социально ответственной деятельностью промышленных предприятий (на примере черной металлургии). Дис. ... д.э.н. М. 2009. С. 43 – 44.
34. Чегринцева Н.С. Совершенствование системы мониторинга корпоративной социальной ответственности. Дис. ... к.э.н. Ростов-на-Дону. 2012.
35. Черменина А.П. Проблема ответственности в этике. Автореф. дис. ... канд. филос. наук. - Ленинград, 1965. С. 12.
36. <http://media.rspp.ru/document/1/6/4/64150d953949a8b84b2e0c315e8e4318.pdf>.
37. <http://rspp.ru/simplepage/157>.
38. <http://stakeholdermap.com/stakeholder-definition.html#edenackermann>.
39. <http://www.merriam-webster.com/dictionary/stakeholder>.
40. <http://www.yunusb.com/social-businesses/>.
41. <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Russian-G4-Part-One.pdf>.

Zil'bershteyn Oleg Barukhovich

The Russian university of justice, Russia, Moscow
E-mail: obz81@yandex.ru

Semenyuk Dar'ya Dmitrievna

Moscow international higher business school MIRBIS, Russia, Moscow
E-mail: sesilia17@bk.ru

Shklyar Tat'yana L'vovna

Plekhanov Russian university of economics, Russia, Moscow
E-mail: tlb@mail.ru

Yurkovskiy Aleksandr Vladimirovich

Moscow international higher business school MIRBIS, Russia, Moscow
E-mail: yurkovskyav@mail.ru

Corporate social responsibility as a business project: theoretical aspect

Abstract. This article deals with the problem of the results of social responsibility of business. The main idea behind the article the authors, is that the current corporate social responsibility, as some kind of business activity is a never-ending process with no clear evaluation criteria and results, and, accordingly, such an approach should be reconsidered. The authors have attempted to examine the essence of corporate social responsibility in terms of the results obtained in accordance with the understanding of the design business activities. The article summarizes the conceptual apparatus, the basic concept of corporate social responsibility and the different classifications of the stages of development of relations between business and society, which cause the problem of a clear definition of what exactly is shown social responsibility of business, and what are the role and place of these manifestations in Dey-telnosti business. Formulated the key aspects of the understanding of corporate social responsibility, which cause the pro-ektnuyu essence of corporate social responsibility. In addition, the authors emphasize the voluntariness of business activities within the framework of corporate social responsibility. At the same time, voluntary business participation in social projects linked to the formation of so-called co-benefits.

Keywords: corporate social responsibility; stage of development; social project; the result; the shared value; utility; competitive advantages; the project of corporate social responsibility scheme; stakeholders; social project criteria

REFERENCES

1. Bowen Howard R. Social Responsibilities of the Businessman. University Of Iowa Press; 1 edition (December 1, 2013). 298 p.
2. Bryson J. (2004) What to do when stakeholders matter. Public Management Review, 6 (1), p. 21 – 23.
3. Eden, C. and Ackermann, F. (1998) Making Strategy: The Journey of Strategic Management, p117, London: Sage Publications.
4. Freeman, Edward. (2010) Strategic Management: A Stakeholder Approach, Cambridge: Cambridge University Press.
5. Freeman, R.E. (1984) Strategic Management: A Stakeholder Approach, p46, Boston, MA: Pitman. Latest edition.
6. Historic New Harmony, Indiana. URL: <http://maxkade.iupui.edu/newharmony/home.html>.
7. Porter Michael E., Mark R. Kramer. Strategy & Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility <https://hbr.org/2006/12/strategy-and-society-the-link-between-competitive-advantage-and-corporate-social-responsibility>.
8. Porter Michael E., Mark R. Kramer. Creating Shared Value. Harvard Business Review; Jan/Feb2011, Vol. 89 Issue 1/2, p. 62-77.
9. Berli F., Minz G. Sovremennaya korporatsiya i chastnaya sobstvennost'. – M.: Delo, 2004. – 329 s.
10. Gladyshev Andrey Vladimirovich. K.-A. Sen-Simon v ideynoy zhizni Frantsii vremen Konsul'stva i Imperii: Dis. ... d-ra ist. nauk: 07.00.03: Saratov, 2003 544 c. RGB OD, 71:04-7/83.
11. Doklad o sotsial'nykh investitsiyakh v Rossii 2004: Rol' biznesa v obshchestvennom razvitii. Pod obshch. red. S.E. Litovchenko. M.: Assotsiatsiya Menedzherov 2004.
12. Doklad o sotsial'nykh investitsiyakh v Rossii 2008: Integratsiya KSO v korporativnuyu strategiyu. 2008. Pod obshch. red. Yu.E. Blagova, S.E. Litovchenko, E.A. Ivanovoy. M. Assotsiatsiya Menedzherov.
13. Zil'bershteyn O.B. i dr. Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa v sisteme korporativnogo upravleniya i organizatsionnoy struktury / Zil'bershteyn O.B., Shakhnes T.Yu., Shklyar T.L., Gerasimova S.A., Semenyuk D.D. // Ekonomika i predprinimatel'stvo. 2016. №1-2 (66-2). S. 1163-1170.
14. Zil'bershteyn O.B. i dr. Sistema upravleniya sotsial'noy otvetstvennost'yu biznesa Hewlett Packard Company / Zil'bershteyn O.B., Shakhnes T.Yu., Shklyar T.L., Gerasimova S.A., Semenyuk D.D. // Internet-zhurnal «NAUKOVEDENIE» Tom 8, №1 (2016) <http://naukovedenie.ru/PDF/69EVN116.pdf> (dostup svobodnyy). Zagl. s ekrana. Yaz. rus., angl. DOI:10.15862/69EVN116.
15. Zil'bershteyn O.B., Shakhnes T.Yu. Osnovy upravleniya sotsial'nymi proektami biznesa // MIR (Modernizatsiya. Innovatsii. Razvitie). 2015. T. 6. №3. S. 50–55.

16. Zil'bershteyn O.B., Shakhnes T.Yu., Shklyar T.L. Podkhody k opredeleniyu ekonomicheskogo effekta ot realizatsii sotsial'nykh proektov biznesa // Internet-zhurnal «NAUKOVEDENIE» Том 7, №5 (2015) <http://naukovedenie.ru/PDF/76EVN515.pdf> (dostup svobodnyy). Zagl. s ekrana. Yaz. rus., angl. DOI:10.15862/76EVN515.
17. Zil'bershteyn O.B., Shakhnes T.Yu., Shklyar T.L. Formy i modeli realizatsii korporativnoy sotsial'noy otvetstvennosti v razvivayushchikhsya stranakh // Ekonomika i predprinimatel'stvo. 2015. №10-1 (63-1). S. 1060-1065.
18. Iz Rossii s lyubov'yu: Natsional'nyy vklad v global'nyy kontekst KSO. 2008. The Economist Intelligence Unit.
19. Karnegi E. Avtobiografiya. Evangelie bogatstva. Per s angl. Babuk M.A. M.: Izd. Popurri. 2014. 480 s.
20. Kuzevanova A.L. Strukturno-funktsional'nyy analiz sotsial'noy otvetstvennosti biznesa // Srednerusskiy vestnik obshchestvennykh nauk. 2013. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/strukturno-funktsionalnyy-analiz-sotsialnoy-otvetstvennosti-biznesa> (data obrashcheniya: 26.02.2016).
21. Makarova E.P. Transformatsiya predstavleniy o sotsial'noy otvetstvennosti biznesa. // <http://www.lib.csu.ru/vch/246/006.pdf>.
22. Nikitina L.M. Sistema korporativnoy sotsial'noy otvetstvennosti v Rossii: sodержanie, faktory raz-vitiya, mekhanizm upravleniya. Dis. ... d.e.n. Voronezh. 2011. S. 75-76.
23. Osipov V.S. Disfunktsii gosudarstvennogo upravleniya i napravleniya ikh preodoleniya // Intellekt. Innovatsii. Investitsii. 2015. №1. S. 74-84.
24. Osipov V.S. Institutsional'nye disfunktsii vzaimodeystviya gosudarstva, biznesa i obshchestva // TsITISE. 2015. №3. S. 7.
25. Ouen R. Izbrannye sochineniya v dvukh tomakh - Moskva, Leningrad: Izdatel'stvo Akademii nauk SSSR, 1950.
26. Pavlova E.V. Kritika sovremennykh burzhuaznykh fal'sifikatsiy ideyno-teoreticheskogo naslediya Sh. Fur'e: Dis. ... kand. Filos. Nauk: 09.00.02: Moskva, 1984, 195 s. i Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa: opyt Rossii i Zapada. M., 2004.
27. Plakasov T.O. Effektivnost' instrumentov korporativnoy sotsial'noy otvetstvennosti. Diss. ... k.e.n. M. 2012. 214 s.
28. Prokop'ev Aleksandr Vladimirovich Sotsial'naya otvetstvennost' uchastnikov biznes-proekta // Universum: ekonomika i yurisprudentsiya . 2014. №3 (4). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-otvetstvennost-uchastnikov-biznes-proekta> (data obrashcheniya: 26.02.2016).
29. Razvitie sotsial'no otvetstvennoy praktiki: analiticheskiy obzor korporativnykh nefinansovykh otchetov, 2006-2007 gody vypuska. Analiticheskiy obzor. 2008. Pod obshch. red. A.N. Shokhina.; i dr.
30. Samsonova T.N. Problema ravenstva v zapadnoevropeyskoy sotsial'no-politicheskoy mysli XV - pervoy poloviny XIX veka: Dis. ... d-ra polit. nauk: 23.00.01: Moskva, 1999, 345 s.
31. Saprykina O.A. Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost': otsenka rezul'tativnosti v khode audita. Dis. ... k.e.n. Novosibirsk. 2012.

32. Strategiya i luchshaya praktika ustoychivogo razvitiya v stranakh Evrazii. Materialy 1-go Mezhdunarodnogo Sammita po korporativnoy sotsial'noy otvetstvennosti. Kiev. 2009.
33. Kharitonova E.N. Upravlenie sotsial'no otvetstvennoy deyatelnost'yu promyshlennykh predpriyatiy (na primere chernoy metallurgii). Dis. ... d.e.n. M. 2009. S. 43 – 44.
34. Chegrintseva N.S. Sovershenstvovanie sistemy monitoringa korporativnoy sotsial'noy otvetstvennosti. Dis. ... k.e.n. Rostov-na-Donu. 2012.
35. Chermenina A.P. Problema otvetstvennosti v etike. Avtoref. dis. ... kand. filos. nauk. - Leningrad, 1965. S. 12.
36. <http://media.rspp.ru/document/1/6/4/64150d953949a8b84b2e0c315e8e4318.pdf>.
37. <http://rspp.ru/simplepage/157>.
38. <http://stakeholdermap.com/stakeholder-definition.html#edenackermann>.
39. <http://www.merriam-webster.com/dictionary/stakeholder>.
40. <http://www.yunusb.com/social-businesses/>.
41. <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Russian-G4-Part-One.pdf>.