

МЕХАНИЗМЫ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ (CSR) В УСЛОВИЯХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

<https://doi.org/10.5281/zenodo.18018612>

Идиева Наргиза Олимовна

(магистрант)

DSc, проф. Муратова Ф.Р.

*Бухарский государственный технический университет, Кафедра
информационно-коммуникационных технологий*

Аннотация

В статье рассматриваются ключевые механизмы корпоративной социальной ответственности (CSR) как инструмента достижения целей устойчивого развития. Анализируются социальные, экологические и экономические измерения CSR, а также её роль в формировании долгосрочной устойчивости бизнеса. Особое внимание уделено стратегическому интегрированию CSR в корпоративное управление, применению международных руководств и системы отчётности (ISO 26000, GRI), а также связи CSR с Целями устойчивого развития ООН. Подчёркивается, что эффективная CSR-политика способствует укреплению репутации, повышению лояльности заинтересованных сторон и снижению операционных рисков.

Ключевые слова

корпоративная социальная ответственность, CSR, устойчивое развитие, экологические стандарты, корпоративная культура.

Введение. Современный бизнес всё больше ориентируется не только на финансовую прибыль, но и на социально-экологические обязательства. В условиях глобальных вызовов — ускоряющегося изменения климата, роста социального неравенства, истощения природных ресурсов, а также усиления требований со стороны инвесторов, потребителей и регуляторов — корпоративная социальная ответственность (CSR) перестаёт быть маркетинговым инструментом и превращается в стратегический элемент устойчивого развития. Компании всё чаще осознают, что долгосрочная конкурентоспособность и репутационная устойчивость невозможны без учёта экологических последствий своей деятельности, социального воздействия на сообщества и этических принципов управления.

Согласно классическому определению Говарда Боуэна, заложившему основы современной концепции ответственного бизнеса, «CSR – это обязанность бизнесмена следовать такой политике, принимать такие решения и совершать такие действия, которые желательны с точки зрения целей и ценностей общества» [1]. Это определение впервые сформулировало мысль о том, что корпорации несут ответственность не только перед акционерами, но и перед обществом в целом.

Позднее Арчи Кэрролл развил эту идею, предложив модель пирамиды корпоративной социальной ответственности, включающую четыре взаимосвязанных уровня:

- экономическая ответственность – создание прибыли и обеспечение устойчивости бизнеса;
- правовая ответственность – соблюдение законов и нормативных актов;
- этическая ответственность – следование моральным нормам и ожиданиям общества, даже если они не закреплены в законе;
- филантропическая ответственность – добровольный вклад в развитие общества, благотворительность и поддержка культурных инициатив [2].

Сегодня CSR рассматривается как системный, интегрированный подход к корпоративному управлению, в котором интересы всех заинтересованных сторон – акционеров, сотрудников, клиентов, поставщиков, местных сообществ, регуляторов и будущих поколений – принимаются во внимание наравне с финансовыми целями. Такой подход не только минимизирует репутационные, экологические и социальные риски, но и создаёт долгосрочную ценность, укрепляя доверие, лояльность и устойчивость бизнес-модели в условиях нестабильной глобальной среды. В этой парадигме устойчивое развитие перестаёт быть внешним требованием и становится внутренней составляющей корпоративной стратегии.

Корпоративная социальная ответственность (CSR) представляет собой добровольную политику компаний, направленную на интеграцию социальных, экологических и этических соображений в свою деловую деятельность и взаимодействие с заинтересованными сторонами. В соответствии с моделью А. Кэрролла (1991), цели CSR можно систематизировать по трём взаимосвязанным измерениям:

- *Социальные цели* – обеспечение достойных условий труда, поддержка местных сообществ, участие в образовательных, медицинских и

культурных инициативах, а также вовлечение сотрудников в добровольческие и благотворительные проекты;

— *Экологические цели* – минимизация негативного воздействия на окружающую среду, рациональное потребление природных ресурсов, снижение выбросов и отходов, внедрение экологически устойчивых технологий и переход к принципам циркулярной экономики;

Экономические цели – не просто максимизация прибыли, а ответственное ведение бизнеса, включая соблюдение законов, следование международным принципам ответственного предпринимательства [3], этических норм, прозрачность управления и создание долгосрочной ценности для всех заинтересованных сторон, включая общество и окружающую среду.

Основные механизмы CSR и их практическая реализация представлены в Таблице 1.

Таблица 1

Основные механизмы CSR и их практическая реализация

<i>Механизм CSR</i>	<i>Описание</i>	<i>Примеры реализации</i>
<i>Стратегическое планирование CSR</i>	Интеграция целей устойчивого развития в миссию и стратегию компании	Установление ESG-KPI, привязка бонусов топ-менеджмента к социальным показателям
<i>Экологические стандарты и технологии</i>	Применение международных систем управления	Сертификация по ISO 14001, ISO 26000 [4]; снижение Scope 1-3 выбросов
<i>Социальные программы</i>	Поддержка сотрудников и общества	Корпоративное волонтерство, программы наставничества, благотворительные фонды
<i>Прозрачность и отчетность</i>	Открытость в отношении воздействия бизнеса	Публикация устойчивого развития по стандартам GRI, участие в рейтингах CDP, Sustainalytics [5]
<i>Формирование корпоративной культуры</i>	Внедрение ценностей ответственности на всех уровнях	Обучение сотрудников принципам CSR, этические кодексы, внутренние аудиты

Как видно из Таблицы 1, современная CSR выходит далеко за рамки благотворительности и становится интегральной частью корпоративного управления.

В 2015 году ООН приняла Повестку дня в области устойчивого развития на период до 2030 года, включающую 17 Целей устойчивого развития (ЦУР). Бизнес признан ключевым партнёром в их достижении [6]. Так,

- ЦУР 4 (Качественное образование) реализуется через корпоративные инвестиции в образовательные программы, включая STEM-инициативы;
- ЦУР 8 (Достойная работа и экономический рост) – через создание безопасных и справедливых условий труда;
- ЦУР 13 (Борьба с изменением климата) – через декарбонизацию и снижение углеродного следа.

Компании, интегрирующие ЦУР в свою CSR-стратегию, не только вносят вклад в глобальные цели, но и повышают свою инвестиционную привлекательность, получают доступ к «зелёному» финансированию и улучшают ESG-рейтинги.

Яркими примерами такой интеграции являются:

- Unilever, которая встроила принципы устойчивого развития в свои бренды (например, снижение водопотребления при производстве средств по уходу за кожей Dove);
- датская энергетическая компания Ørsted, полностью перешедшая от ископаемого топлива к возобновляемым источникам энергии;
- американская корпорация Patagonia, отказавшаяся от традиционной логики роста в пользу экологических приоритетов и направляющая значительную часть прибыли на защиту окружающей среды.

Эти кейсы наглядно демонстрируют, что корпоративная социальная ответственность следует рассматривать не как издержки, а как стратегическую инвестицию в устойчивость, репутацию и долгосрочную ценность бизнеса.

Заключение. Корпоративная социальная ответственность в условиях устойчивого развития перестаёт быть опциональной инициативой и становится стратегической необходимостью. Эффективные механизмы CSR – от стратегического планирования до прозрачной отчётности – позволяют компаниям балансировать между прибылью и общественным благом. Интеграция CSR в корпоративную культуру и бизнес-модель не только снижает риски, но и создаёт долгосрочную ценность для всех заинтересованных сторон, способствуя достижению глобальных целей устойчивого развития.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Bowen H.R. Social Responsibilities of the Businessman. New York: Harper & Brothers, 1953. 318 p.
2. Carroll, A. B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
3. United Nations Global Compact. The Ten Principles. New York: United Nations, 2000. URL: <https://unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>
4. ISO 26000:2010. Guidance on social responsibility. Geneva: International Organization for Standardization, 2010. 100 p.
5. Global Reporting Initiative (GRI). GRI Standards 2023. Amsterdam: Global Reporting Initiative, 2023. URL: <https://www.globalreporting.org/standards/>
6. United Nations. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. A/RES/70/1. 2015. URL: <https://sdgs.un.org/2030agenda>