

**Ефимов Олег Валерьевич**  
Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов

**Инновационное развитие корпоративной социальной ответственности как фактор устойчивой трансформации бизнеса**

**Аннотация.** В статье основное внимание уделяется вопросам демонстрации основных направлений, в которых позиционируется идея корпоративной социальной ответственности, и указанию на эволюцию, которой эта идея подверглась в последние десятилетия, а также делается акцент на взаимосвязи между инновационным развитием бизнеса и ответственностью предприятий компаний перед обществом. Делается вывод о том, что корпоративная социальная ответственность в условиях инновационного прорыва – это стратегический инструмент укрепления позиций предприятия на рынке, а также изменения самой концепции бизнеса в качестве института социального развития. Анализируются современные модели интеграции корпоративной социальной ответственности в стратегию предприятия при учете глобальных трендов устойчивого развития и цифровизации. Также рассмотрению подвергнуто воздействие инновационной деятельности на результативность реализации программ КСО и развитие конкурентоспособности предприятий в долгосрочной перспективе. Указывается, что успешное объединение инновационной и социальной миссии бизнеса представляет собой основной фактор адаптации предприятий к современным реалиям и новым ожиданиям общества.

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность, предприятие, инновации, устойчивое развитие, социальное неравенство, стратегическое управление, бизнес-этика.

**Efimov Oleg Valerievich**  
Saint Petersburg Humanitarian University of Trade Unions

**Innovative development of corporate social responsibility as a factor of sustainable business transformation**

**Abstract.** The article focuses on the issues of demonstrating the main directions in which the idea of corporate social responsibility is positioned, and pointing out the evolution that this idea has undergone in recent decades, as well as focusing on the relationship between innovative business development and corporate responsibility to society. It is concluded that corporate social responsibility in the context of an innovative breakthrough is a strategic tool for strengthening the company's position in the market, as well as changing the very concept of business as an institution of social development. Modern models of integrating corporate social responsibility into an enterprise's strategy are analyzed, taking into account global trends in sustainable development and digitalization. The impact of innovation activity on the effectiveness of CSR programs and the development of competitiveness of enterprises in the long term is also considered. It is pointed out that the successful combination of the innovative and social mission of business is the main factor in the adaptation of enterprises to modern realities and new expectations of society.

**Keywords:** corporate social responsibility, enterprise, innovation, sustainable development, social inequality, strategic management, business ethics.

В публикациях последних лет преобладает мнение, что нынешняя форма корпоративной социальной ответственности (далее – КСО) обусловлена явлениями, произошедшими в XX и начале XXI вв. Предыдущие тенденции послужили вкладом в многоконтекстовое понимание роли человека и предприятия в обществе. Можно констатировать, что теоретические основы КСО формировались на протяжении веков, а быстрое социально-экономическое развитие и кризисные ситуации, возникающие в различных его фазах, увеличили потребность в знаниях в области деловой этики и в теориях, описывающих реальность с другой точки зрения, в которой было бы обращено внимание на отношения бизнес-общество и ответственность бизнеса за последствия осуществляемой деятельности. Как указывает С.Г. Божук, и бизнес-лидеры и руководители более низкого уровня, наряду с умением эффективно ориентироваться в мире экономики и финансов, должны обладать высокими социальными и этическими компетенциями [1, с. 132]. Таким образом, современный менеджер должен быть готов к решению проблем, требующих не только экономических знаний, но и знаний в области этики, поскольку многие решения требуют более широкого толкования – в разных контекстах.

В статье основное внимание уделяется развитию идеи корпоративной социальной ответственности в контексте социально-экономических наук и наук об управлении, но осознавая, что ее корни можно увидеть как в религии, так и в философии. С этой точки зрения, толчком к более интенсивному изучению КСО стали растущие голоса критики неоклассической теории, доминирующей в течение многих лет в мышлении о предприятиях и целях, которые они преследуют. Ибо указывалось на колебание позиции «*homo oeconomicus*», отделение функций управления предприятием от владельца предприятия (разделение собственности предприятия и управления им), а также на ограниченный доступ участников рынка к информации. В практическом аспекте росту интереса к новым концепциям способствовали нарушения, выявленные СМИ в транснациональных корпорациях, влекущие за собой нарушения в экономике многих стран. В результате, развитая в последние десятилетия XX в. идея корпоративной социальной ответственности пытается объединить этические и экономические аспекты в стратегиях работы предприятий.

Изучение социальной ответственности бизнеса ведутся исследователями в различных областях, и результаты их работ лежат во многих теоретических течениях. Это приводит к тому, что КСО не может быть размещена в одном контексте, хотя ее важность в стратегическом управлении возрастает. Э.М. Коротков выделил, руководствуясь важными аспектами КСО – экономическими, политическими, социальными (интегрированными) и этическими – следующие группы теорий: инструментальные, политические, интегрированные и этические теории [4, с. 125].

Первая группа теорий, среди которых можно упомянуть теорию агентства и позиционную школу, относится к предприятиям в категории инструментов создания богатства, и этот факт определяет их основную социальную обязанность. Вторая группа теорий обращает внимание на силу социального воздействия, которое имеют предприятия. Они могут способствовать как возникновению, так и решению социальных проблем. Из этого факта вытекает обязанность взять на себя роль, связанную с формированием социальных отношений и ответственным использованием имеющейся власти.

Третья группа теорий относится к концепциям, согласно которым организация должна реагировать на социальные ожидания посредством действий в соответствии с ценностями, которые уважает это общество [6, с. 667]. Существование и рост предприятий зависит от среды, в которой они работают. Таким образом, они могут определять социальные ожидания и приспосабливаться к ним или определять направления изменений. Этот подход имеет относительное измерение и делает подход к идее корпоративной социальной ответственности зависимым от конкретной ситуации и контекста. Последняя группа теорий касается этики и восприятия КСО как социального долга, вытекающего из этических ценностей.

Современные трансформации глобального экономического и социального пространства ставят перед бизнесом задачи новой природы, и это задачи как извлечения прибыли, так и обеспечения устойчивого развития, инклюзивного роста и соблюдения этических норм в условиях возрастающего количества вызовов, включая при этом изменение климата, социальное неравенство, бедность, безработицу и утрату экологического баланса. В указанных условиях концепция КСО выходит за пределы традиционных этико-филантропических подходов и превращается в интегративную стратегию, в которую входят современные модели инновационного развития. Помимо этого, инновации представляют собой неотъемлемую часть системы социальной ответственности корпорации, формулируя при этом новую парадигму взаимодействия бизнеса с обществом.

Корпоративная социальная ответственность с инновационной точки зрения формирует широкую инициативную базу, включающую в себя вопросы, среди которых устойчивое потребление и производство, низкоуглеродные технологии, зеленая логистика, цифровая прозрачность бизнес-процессов, биотехнологические решения для ресурсосбережения и автоматизация процессов, сводящих к минимуму риски для человеческого здоровья и экосистем. Поэтому за счет инноваций КСО обладает кросс-дисциплинарной и системной направленностью, опираясь при этом на достижения смежных областей, начиная от IT и инженерии, заканчивая социологией, правом и поведенческой экономикой [2, с. 27].

Инновационное развитие приобретает особенное значение в тех случаях, в которых его векторы обуславливаются как корпоративной рациональностью, так и социальным контуром деятельности бизнеса, которая ориентирована на благо общества. Важным аспектом данной взаимосвязи является борьба с бедностью и социальным неравенством. Усиливающееся расслоение не только внутри наций, но и между странами, бизнес, который обладает ресурсами, знаниями и институциональной устойчивостью – все это является субъектами, способными инициировать существенные социальные изменения. Осуществляемые в контексте корпоративной социальной ответственности механизмы могут формироваться в виде финансирования образовательных программ, волонтерской и благотворительной деятельности, создания рабочих мест в депрессивных регионах, инвестиций в цифровое просвещение и обучения предпринимательским навыкам. Указанные действия объединяют в себе как элемент социальной справедливости, так и инвестицию в будущий потребительский рынок, где активные и образованные социальные группы способствуют стабильности экономики и общественного пространства.

Инновационные предприятия, которые ориентированы на концепцию КСО, создают новые продукты, однако при этом закладывают стандарты этического производства на всех этапах жизненного цикла продукта. Так, одна из основных стратегий состоит в концепции устойчивой цепочки поставок, при которой поставщики обязаны соблюдать как экологические, так и трудовые, социальные нормы [5, с. 138]. Это, в свою очередь, соответствует требованиям международных организаций, институтов развитого гражданского общества и сознательных потребителей, влияние которых на управление предприятием стабильно растет. Корпоративная социальная ответственность в этой точке находится на пересечении с инновационным управлением репутацией, которая выстроена на максимальной открытости, отслеживаемости и взаимодействии с различными группами стейкхолдеров.

С такой позиции не возникает сомнения, что современные предприятия, в особенности в высокотехнологичных отраслях, среди которых IT, авиация, энергетика и логистика, являются участниками формирования глобальной повестки устойчивого и «ответственного» прогресса. В качестве примера модно привести инициативу российских компаний в авиационной отрасли, среди которых ПАО «Аэрофлот», предпринимающий в последние годы активные усилия по снижению углеродного следа, развитию маршрутов и оптимизации авиационного парка. Имеется в виду не техническое измерение

(переоснащении авиадвигателей согласно международным стандартам выбросов парниковых газов), а символические, общественно ориентированные действия. Так, в 2022 г. компанией была запущена программа бесплатных рейсов в регионы для поддержания социальной мобильности населения, улучшения доступа к медицинской помощи в отдаленных территориях, а также доставки специалистов-экологов и волонтеров в целях участия в проектах по очистке окружающей среды. Это служит примером того, как инновации (в логистике, системах бронирования, применении альтернативного топлива) и социальная ответственность имеют тесную, взаимодополняющую связь, которая при этом усиливает эффект друг друга.

Необходимо отметить, что инновационная активность предприятий до сих пор нацелена не на абстрактное «создание перспективных технологий», а на разрешение определенных социальных задач, среди которых энергоэффективность в жилищном строительстве, а также создание инклюзивной среды для трудоустройства людей с ограниченными возможностями. Данное направление относится к социальным инновациям, в основе которых стоит идея многосекторного взаимодействия, где бизнес, государство и неправительственные организации взаимодействуют в качестве партнеров, сконцентрированных на устойчивом росте всей социальной системы.

Поэтому следует указать, что происходит миграция корпоративной социальной ответственности из области «дополнительных» либо факультативных мероприятий в преобладающую стратегическую парадигму развития бизнеса, что, в свою очередь, и подтверждается примерами крупных транснациональных компаний, которые перестраивают собственную миссию и цели согласно повестке ESG (экология, социальное развитие, корпоративное управление) [3, с. 190]. В то же время и отечественные компании, в особенности при условии санкционного давления и макроэкономической дестабилизации, являются инициаторами внутренних программ, в которых концепция КСО используется не просто в качестве репутационного актива, а в качестве предпосылки системной устойчивости в долгосрочной перспективе.

Переосмысление модели бизнеса, содержащей переформулирование критериев успеха, ориентацию на устойчивое инновационное развитие, учет интересов всех заинтересованных сторон и принятие на себя обязательства действовать согласно публичным ценностям, формирует сравнительно новую этическую экономику. Финансовая выгода в данной системе – не цель, а результат социально ответственного и инновационного подхода к управлению.

В заключение отметим, что объединение инновационного потенциала и социальной ответственности – это не случайная тенденция, а необходимое условие устойчивого функционирования бизнеса в XXI в. Институционализация корпоративной социальной ответственности и ее превращение в главный элемент бизнес-стратегии представляет собой естественный ответ на современные вызовы. Будущее принадлежит предприятиям, которые смогут не просто внедрять инновации, но и делать это в соответствии с уважением к человеку, обществу и окружающей среде, действуя при этом в интересах как акционеров, так и будущих поколений.

#### **Список источников**

1. Божук, С.Г. Корпоративная социальная ответственность: учебник для вузов / С.Г. Божук, В.В. Кулибанова, Т.Р. Тэор. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2025. – 226 с.
2. Завьялова, Е.Б. Корпоративная социальная ответственность: учебник для вузов / Е.Б. Завьялова, Ю.К. Зайцев, Н.В. Студеникин. – М.: Издательство Юрайт, 2025. – 125 с.
3. Корпоративная социальная ответственность: учебник для вузов / под редакцией В.Я. Горфинкеля, Н.В. Родионовой. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2025. – 490 с.

4. Корпоративная социальная ответственность: учебник и практикум для вузов / под редакцией Э.М. Короткова. – 3-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2025. – 404 с.
5. Тульчинский, Г.Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности: учебник и практикум для вузов / Г.Л. Тульчинский. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 338 с.
6. Шичкин, И.А. Институциональная среда корпоративной социальной ответственности в России / И.А. Шичкин // *Лидерство и менеджмент*. – 2025. – Т. 12, № 3. – С. 667-688.

#### **Сведения об авторе**

**Ефимов Олег Валерьевич**, аспирант, Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, г. Санкт-Петербург, Россия

#### **Information about the author**

**Efimov Oleg Valerievich**, graduate student, Saint Petersburg Humanitarian University of Trade Unions, Saint-Petersburg, Russia