

УДК 331.1/334.02
ББК 65.05

DOI 10.47475/2618-9852-2023-8-2-24-30

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТРАН ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЫ И РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ

Р. И. Ковалев

Челябинский государственный университет,
Челябинск, Россия

В статье рассмотрены особенности формирования корпоративной социальной ответственности в странах Западной Европы и России, особенности формирования специфических систем в рамках функционирования конкретных компаний, а также исследованы основные стандарты функционирования института корпоративной социальной ответственности. Проведенное исследование позволяет в укрупненном виде отобразить основные особенности процесса формирования специфических систем корпоративной социальной ответственности, а также отметить ряд специфических примеров уже сформированных стандартов и систем.

Ключевые слова: *корпоративная социальная ответственность, Западная Европа, Россия.*

В начале XX в. институт корпоративной социальной ответственности считался основополагающим для функционирования компаний. С 1940-х гг. и до настоящего времени этот экономический институт постепенно эволюционировал от компенсации уволенным и сокращенным работникам к социальному строительству и созданию структур, затрагивающих социальные вопросы. Сегодня этот социально-экономический институт считается одним из важнейших инструментов для успешного функционирования компаний всех размеров и отраслей.

За значительными затратами на ведение и реализацию программ социального назначения компании сознательно снижают свои краткосрочные финансовые показатели. В долгосрочной перспективе этот инструмент позволяет им создать необходимые условия для окупаемости понесенных затрат, обычно путем переноса этих затрат на вновь производимый продукт. Однако многие компании ожидают положительного эффекта за счет улучшения социальной и государственной репутации.

Определение корпоративной социальной ответственности (КСО) было сформировано в теории, исследованиях и практике много лет назад,

особенно в развитых и индустриальных странах, таких как Великобритания, другие европейские страны и США. А. Кэрролл (1999) отметил, что КСО была известна как социальная ответственность (СО) до начала современной эры социальной ответственности. Говард Боуэн (1953) был одним из первых авторов, писавших о доктрине социальной ответственности, и его раннее определение КСО повлияло на ее теорию и практику вплоть до настоящего времени. Он считал, что предприятия имеют право принимать решения, которые могут влиять на их действия и оказывать воздействие на общество в целом [1]. Его аргумент заключался в том, что цель социальной ответственности заключается не столько в решении проблем бизнеса и общества, сколько в том, чтобы действовать как механизм, помогающий бизнесу. Вслед за первоначальной дефиницией Боуэна в 1960-х гг. наблюдался значительный рост попыток дать дальнейшее определение КСО. Такие авторы, как Дэвис, Фредерик, Макгуайр и Уолтон, были одними из первых ученых, которые предложили определения КСО в литературе. Дэвис (1960) считал, что бизнесмены должны сделать свою социальную власть соразмерной выполнению своей социальной ответственности.

По мнению Макгуайра (1963), ответственность организаций перед обществом выходит за рамки экономических и правовых ожиданий, а Дэвис и Бломстром (1966) определили характер человека как основной фактор социальной ответственности. Существует также разница в акценте на принуждение и волонтаризм. Уолтон (1967) отдает предпочтение волонтаризму перед принуждением. Европейская комиссия приводит тот же аргумент, что и Уолтон, утверждая, что компании, подписавшиеся на КСО, интегрируют социальные экологические проблемы в свою деятельность и взаимодействуют с заинтересованными сторонами на добровольной основе [2, с. 174]. С данной точки зрения социально ответственная организация не только выполняет законные ожидания, но и выходит за рамки соответствия, вкладывая больше средств в человеческий капитал, окружающую среду и отношения с заинтересованными сторонами. Таким образом, эти авторы признали взаимосвязь между организацией и обществом при реализации концепции социальной ответственности.

Позднее, в 1970-х гг., в научных работах появились более конкретные определения КСО. Такие авторы, как Джонсон (1971), Дэвис (1960), Штайнер (1971), Элс и Уолтон (1974), Сети (1975), Престон и Пост (1975) и Кэрролл (1999), рассматривали КСО как этически и экономически обусловленную, включающую обязательства перед заинтересованными сторонами и социальные обязательства [3]. Например, Джонсон (1971) утверждал, что социально ответственная фирма должна принимать во внимание своих сотрудников, поставщиков, дилеров, местные сообщества и государство. Штайнер (1971) предположил, что социальная ответственность – это скорее отношение, поскольку организация помогает обществу достичь его основных целей. Таким образом, КСО не только улучшает экономику, но ее движение представляет собой более широкую озабоченность ролью бизнеса, а также улучшает социальные обязательства. Другие авторы определяли КСО как нечто большее, чем получение прибыли; как выход за рамки экономических и юридических требований; как добровольную деятельность; как заботу о социальной системе; как подход к социальной отзывчивости. Впоследствии, на заре исследований КСО, многие ученые в этой области занимались экономическими вопросами и давлением групп интересов на правительство.

В 1980-х гг. доминирующей парадигмой КСО стало подчеркивание этики принятия управленческих решений. В период с 1980-х по конец 1990-х гг. было найдено меньше работ, посвященных определению КСО. Несмотря на десятилетия исследований и многочисленные

публикации, КСО остается понятием, которому не хватает ясности. Однако стали появляться альтернативные концепции и темы. Корпоративная социальная эффективность, корпоративная социальная отзывчивость, деловая этика и управление заинтересованными сторонами – вот некоторые примеры альтернативных концепций и тем, которые были разработаны в ту эпоху. Впоследствии большинство исследовательских работ стали формулировать другие концепции, связанные с теорией КСО. Недавняя литература по КСО начала рассматривать ответственность бизнеса перед обществом заинтересованных сторон (особенно в появляющихся новых технологиях), включая глобальный уровень и коммерческие ценности. В этом контексте вероятно, что появление социального маркетинга можно классифицировать как современное начало литературы по КСО. Котлер и Ли (2005) утверждают, что в концепции социального маркетинга исследователи должны уравнивать три соображения при разработке маркетинговой политики: прибыль компании, желания потребителей и интересы общества [4, с. 101]. В связи с этим социальный маркетинг используется как зонтичный термин, охватывающий виды маркетинга, которые связаны с социальными ценностями: социальный маркетинг, маркетинг, связанный с причиной, зеленый маркетинг и этический маркетинг. Таким образом, подобные маркетинговые мероприятия можно рассматривать как еще одну классификацию КСО.

С конструктивистской точки зрения Де Джордж (2008) подчеркивает рефлексивность КСО. Используя деконструктивный подход, он предполагает, что не должно быть окончательного значения терминов, однако утверждает, что риторически на чистоту понятий КСО может повлиять «мысль о процветании человека, о лучших и худших действиях и условиях жизни человека, об уважении человеческого достоинства, о справедливости», и далее подчеркивает, что «все, что поддерживает это, должно быть принято», независимо от отсутствия окончательного определения КСО [15]. Определение КСО – непростая задача, и по этой причине они широко варьируются. Маттен и Мун (2008) выделяют три основные причины этой трудности. Во-первых, это связано с тем, что КСО является «по сути, спорной концепцией», «оценочной» (или рассматриваемой как ценностная), «внутренне сложной» и имеющей относительно открытые правила применения. Во-вторых, КСО – это зонтичный термин, пересекающийся с одними и являющийся синонимом других концепций отношений между бизнесом и обществом. В-третьих, очевидно, что это «динамичное явление» [5]. Приведенные выше причины схожи с теми, которые отметили Какабадзе, Розуэл и Ли (2005), также признающие, что

КСО часто ассоциируется с другими понятиями, такими как корпоративная социальная отзывчивость и корпоративная социальная эффективность. Кэрролл (1999) проследил эволюцию КСО с 1950-х и до конца 1990-х гг. и обнаружил, что ученые последнего времени не смогли сформулировать какое-либо новое определение КСО. В связи с этим Мойр (2001) также сделал обзор общего понимания того, что специалисты понимают под КСО и как и почему компании осуществляют КСО-поведение. Мойр отметил, что компании используют показатели входа, выхода, результата и процесса для измерения общей эффективности КСО. Его работа не вносит большого вклада в определение КСО, поскольку не предлагает никаких указаний относительно того, как следует ее определять, кроме как ссылаясь на ограниченную литературу по КСО. Далсруд (2008) посредством контент-анализа проанализировал тридцать семь определений КСО от двадцати семи авторов и охватил временной промежуток с 1980 по 2003 г. Он смог разработать пять измерений КСО (экологическое, социальное, экономическое, заинтересованность и добровольность), но частота, подсчитанная по данным Google, подвержена недостаточной валидности и надежности [6]. Тем не менее все эти ученые согласились с тем, что общие нити в литературе связаны с установлением принципов КСО как социальной конструкции, хотя методы ее оценки еще только формируются, пока не установлены и являются предметом значительных дебатов. После нескольких десятилетий изучения КСО МакВильямс, Сигел и Райт (2006) решительно утверждают, что «не существует сильного консенсуса по определению КСО», с этим согласен Де Джордж (2008), когда говорит, что «нет согласия относительно того, что именно это означает, и что это требует от каких корпораций в каких обществах, и КСО плохо определена» [14].

Однако Лу и Кастка (2009) предполагают, что четкое определение КСО может помочь расширить ее распространение и принятие в развивающейся стране. На основании проведенных ими интервью с малазийскими экспертами они сделали вывод, что общее восприятие КСО заключается в том, что она будет стоить денег. Кроме того, по их мнению, реализация КСО требует усилий с точки зрения времени, и она работает в течение длительного периода [11]. Широкая общественность, кажется, запуталась, думая, что КСО – это просто очередная «уловка» некоторых организаций. Лу и Кастка описали это как «причудливую концепцию управления, используемую западными странами». Более того, некоторые путают добровольную и обязательную КСО, и, таким образом, это становится проблемой. Большинство экспертов отметили, что КСО должна

быть на добровольной основе. Они также согласились с тем, что введение правительством обязательной КСО находится на начальной стадии. Значительное количество экспертов отметили, что понимание КСО среди малазийцев запутано и переплетено. Недавно Фриман и Хаснауи (2010) также исследовали значение КСО для Великобритании, Франции, США и Канады [7]. Они искали консенсус в попытке предложить более универсальную структуру для улучшения международного принятия и практики КСО с использованием тройного итога. Однако их дискуссия не смогла концептуализировать КСО из-за разной этнической и культурной принадлежности ученых. В целом прошлые исследования определили КСО как выход за рамки традиционной роли бизнеса и расширение ответственности организаций.

Понимание того, что такое КСО и на какие сферы она распространяется, эволюционировало в течение последних 50 лет. Вместо выдвижения различных концепций такие авторы, как Вуд (1991), Кэрролл (1999) или Ваддок (2004), предполагают существование медленной эволюции концепции ответственности компании. Кэрролл (1979) установил различие между экономико-правовой и этико-филантропической ответственностью. Это понимание корпоративной ответственности становится более широким в 1980–1990-е гг. [10]. Для многих авторов корпоративная социальная деятельность – это интеграция принципов социальной ответственности, процессов социального реагирования и политики, разработанной для решения социальных проблем. Со своей стороны Д. Вуд (1991) определила корпоративную социальную эффективность как «конфигурацию принципов социальной ответственности, процессов социальной отзывчивости и политики, программ и наблюдаемых результатов, относящихся к отношениям фирмы с обществом». Таким образом, в дополнение к принципам социальной ответственности КСО включает процессы и политику организационного управления, которые необходимы для продвижения этих принципов [8]. При этом концепция корпоративного гражданства стала достаточно актуальной в последнее десятилетие, чтобы, по словам Ваддока, включить в корпоративную социальную деятельность глобальный фокус и конкретный подход теории заинтересованных сторон. Как объясняет Ваддок, корпоративное гражданство состоит из «стратегий и операционных практик, которые компания разрабатывает для реализации своих отношений с заинтересованными сторонами и воздействия на них и природную среду». Одновременно с обсуждением вопросов, связанных с корпора-

тивной социальной ответственностью, формируется тенденция рассматривать ее в более широком контексте устойчивого развития [9]. Таким образом, широкая концепция КСО основана на обязательствах, заявленных организацией, и ее отношениях с различными видами общественности либо с позиции выполнения своих экономических, социальных и экологических обязанностей, либо в выполнении своих обязательств по информационной прозрачности и этическому поведению, в управлении компанией и в развитии ее продукции, услуг или бизнеса, а также в оценке и контроле выполнения вышеуказанных обязательств.

Корпоративная социальная ответственность означает, что компании сознательно выполняют свои обязательства перед обществом в соответствии с действующим законодательством. Кроме того, добровольные социальные расходы компании часто выходят за рамки правовых норм, которые должны обеспечивать реализацию идей по решению социально значимых проблем. Такие компании в своих управленческих стратегиях начинают увеличивать расходы на реализацию социальных программ с целью получения преимуществ социально ориентированной компании, в долгосрочной перспективе это позволит увеличить экономическую эффективность путем переноса затрат на производимую продукцию либо размещения социальных инвестиционных проектов.

Для решения организационных вопросов компании добровольно принимают стандарты, регулирующие их деятельность в области КСО посредством гармонизации нефинансовой отчетности. Такой маневр позволяет компании максимально быстро и точно измерить свой реальный вклад в решение экологических, социальных и других проблем.

Международные стандарты КСО позволяют гарантировать социальную ориентированность компании. Виды отчетности, сформированные на основе данных стандартов, являются существенной частью применения стратегий корпоративной социальной ответственности.

Ключевыми международными стандартами КСО принято считать SA 8000 (Социальная ответственность 8000), ISO 9000 (Управление качеством) и ISO 14001 (Управление охраной окружающей среды) [1].

Стандарт системы управления качеством ISO 9000 (Управление качеством) как один из базовых стандартов корпоративной социальной ответственности направлен на оптимизацию производственных процессов компании с целью повышения качества продукции путем минимизации производственных затрат и риска ущерба

оборудованию и рабочему персоналу. Принцип управления охраной природы и окружающей среды ISO 14001 на основе данного стандарта также включает в себя комплекс мер и форматы отчетности, позволяющие оперативно принимать решения в области минимизации риска ущерба окружающей среде путем внедрения определенных комплексов мер согласно стандарту ISO 9000 [12].

Стандарт SA 8000, основанный на вышеописанных стандартах, отличается лишь используемыми качественными показателями. Разработанный в качестве регулирующего документа для индустриальных стран и стран с развивающейся экономикой, данный стандарт устанавливает критерии для качественной и количественной оценки степени принуждения к труду и степени вовлеченности детей в рабочий процесс, а также обязывает постоянно контролировать уровень безопасности на рабочих местах. Кроме того, данным стандартом обозначается важность создания профессиональных объединений, оптимизации рабочего времени и т. п. [1].

Одним из последних стандартов корпоративной социальной ответственности является ISO 26000:2010 (Руководство по социальной ответственности). Данный стандарт обобщает все вышесписанные концепции с целью создания особых условий для развития института КСО в развивающихся странах [4]. Данный стандарт представляет собой руководство по принципам корпоративной социальной ответственности, ее основным вопросам, способам применения этого института в процессе деятельности компании, а также является документом, позволяющим оказывать помощь малым компаниям.

Среди российских стандартов выделяется разработанный Торгово-промышленной палатой Российской Федерации стандарт «Социальная ответственность предприятий и организаций, зарегистрированных в Российской Федерации». Данный стандарт затрагивает наиболее актуальные социальные вопросы в Российской Федерации, такие как финансирование социальных нужд, поддержка детей-сирот, справедливая и своевременная оплата труда и т. д. [10]. И хотя он не охватывает полностью все элементы корпоративной социальной ответственности, в нем рассматривается только отчетность, что придает стандарту более унифицированный спектр применения.

Данный стандарт включает в себя восемь модулей, описывающих основные аспекты регулирования института корпоративной социальной ответственности в России:

- 1) Модуль А «Социальные права персонала» – данный модуль обобщает права персонала

как субъектов социально-экономической деятельности;

- 2) модуль Б «Социальные гарантии персонала» – данный модуль обобщает обязательства представителей бизнес-сообщества перед персоналом, выступая их преемниками с условием беспрекословного исполнения;
- 3) модуль В «Качество продукции, услуг и работ» – данный модуль считается одним из нормативно-регулирующих, предписывает организациям разрабатывать стандарты системы менеджмента качества с целью улучшения качества производимых продуктов, а также качественного и своевременного выполнения работ и оказания услуг;
- 4) модуль Г «Удовлетворение интересов потребителей» – данный модуль предполагает, что компании должны своевременно отслеживать изменения потребительского поведения с целью своевременного и полного удовлетворения потребностей общества с учетом их постоянного роста;
- 5) модуль Д «Охрана окружающей среды» – данный модуль предписывает компаниям, особенно в области промышленного производства, вводить и применять необходимые меры по снижению наносимого вреда окружающей среде;
- 6) модуль Е «Экономное расходование ресурсов» – данный модуль предписывает минимизацию использования медленно восполняемых и не восполняемых ресурсов путем оптимизации технологических процессов, своевременного и корректного управления затратами и т. п.;
- 7) модуль Ж «Поддержка местного сообщества» – данный модуль рекомендует компаниям оказывать воздействие на развитие муниципального образования, в котором они располагаются, путем проведения различных операций как при помощи различных ресурсов, так и не прибегая к их использованию;
- 8) модуль И «Менеджмент социальной ответственности» – данный модуль рекомендует на постоянной основе вести оценку социальной ориентированности компании [13].

Постоянное развитие системы международных стандартов в области корпоративной социальной ответственности формализует политику ответственности, таким образом, социальная полити-

ка предприятия не является ни добровольной, ни обязательной. Однако правительство пытается регулировать эту сферу, мотивируя соблюдение установленных правил и вводя системы оценки. В зависимости от ситуации компании вправе выбрать тот или иной стандарт корпоративной социальной отчетности, усложняя при этом систему оперативной отчетности. Для других компаний использование этих форматов отчетности является показателем приверженности реализации социальной политики. Нефинансовая отчетность в соответствии со стандартами КСО является ключевой задачей для компаний, но в зависимости от стадии жизненного цикла организации она может вносить коррективы в запланированные процессы.

Для российских компаний в первую очередь необходимо тщательное и целенаправленное формирование и развитие независимого сектора консалтинга в области корпоративной социальной ответственности, чтобы привлечь внимание всего финансово-экономического сектора к проектам в этой сфере. Процесс создания социально ориентированных фондов должен повысить интерес компаний к социальным вопросам. Не стоит забывать и о СМИ как одном из ключевых источников распространения информации о необходимости рассмотрения социальных вопросов. Формирование и разработка учреждениями систем бизнес-образования, ориентированного на рассмотрение вопросов не только финансового характера, но и социальных проблем, позволит упростить компаниям процесс формирования своей специфичной системы корпоративной социальной ответственности, а привлечение государственных органов в большей части высших учебных заведений к рассмотрению данных тем позволит расширить спектр рассматриваемых вопросов, тем самым расширив массив информации для принятия своевременных управленческих решений.

Рассмотрение особенностей формирования специфических систем корпоративной социальной ответственности большого бизнеса в странах Западной Европы и России показывает, что в данной области необходимо систематическое изучение институциональных факторов развития этого направления социального воздействия, что подготовит фундамент для совершения новых, потенциально эффективных исследований.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Верещагина Е. В., Андреева О. А., Юдина Л. В. Международные стандарты корпоративной социальной ответственности // Наука, образование и культура. 2018. № 5 (29). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnye-standarty-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti> (дата обращения: 05.02.2023).
2. Зайнуллин, С. Б. Стандарты корпоративной культуры в 21 веке: монография / С. Б. Зайнуллин, О. А. Зайнуллина. Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. 432 с.

3. Зильберштейн О. Б., Шкляр Т. Л., Ершова Н. А., Рудкий Е. И. Формы корпоративной социальной ответственности // Вестник евразийской науки. 2016. № 6 (37). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formy-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti> (дата обращения: 05.02.2023);

4. Копытова Е. Д. Социальная ответственность бизнеса: проблемы и перспективы развития / науч. рук. Т. В. Ускова; Федеральное агентство научных организаций, Российская академия наук, Вологодский научный центр РАН. Вологда: ВолНИЦ РАН, 2017. 175 с.

5. Криворотько И. А., Тулякова Н. А. Корпоративная социальная ответственность: мировой опыт развития // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. 2015. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-mirovyy-opyt-razvitiya> (дата обращения: 05.02.2023).

6. Макеенко М. В., Тихонова М. В., Мате-Коле А. А. Подходы к пониманию термина «Корпоративная социальная ответственность» // Вопросы территориального развития. 2015. № 6 (26). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-ponimaniyu-termina-korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost> (дата обращения: 05.02.2023).

7. Матвеева Е. В. Предпринимательство в США и России: эволюция корпоративной социальной ответственности // Известия ДВФУ. Экономика и управление. 2017. № 2 (82). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelstvo-v-ssha-i-rossii-evolyutsiya-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti> (дата обращения: 05.02.2023).

8. Мясникова С. В., Федотова Г. А. Тенденции и проблемы развития корпоративной социальной ответственности в практике российского бизнеса // Beneficium. 2013. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-i-problemy-razvitiya-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-v-praktike-rossiyskogo-biznesa> (дата обращения: 05.02.2023).

9. Нехода Е. В. Национальные модели корпоративной социальной ответственности // Стратегии бизнеса. 2018. № 3 (47). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnye-modeli-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti> (дата обращения: 05.02.2023).

10. Рафиков Р. Р., Яруллин Р. Р. Социальная ответственность в бизнесе // Инновационная наука. 2016. № 2-2 (14). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-otvetstvennost-v-biznese> (дата обращения: 05.02.2023).

11. Рушева А. В. Социальная ответственность бизнес-решений // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2019. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-otvetstvennost-biznes-resheniy> (дата обращения: 05.02.2023).

12. Старикова Л. Н., Трапезникова И. С. Социальная ответственность бизнеса в социально-экономическом развитии территории минерально-ресурсных кластеров / под общ. ред. Л. Н. Стариковой. Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. 250 с.

13. Строева О. А., Мироненко Н. В., Иванов Х. М. Корпоративная социальная ответственность: российские и зарубежные стандарты // Среднерусский вестник общественных наук. 2016. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-rossiyskie-i-zarubezhnye-standarty> (дата обращения: 05.02.2023).

14. Строева О. А., Мироненко Н. В., Иванов Х. М. Корпоративная социальная ответственность: стандарты азиатских корпораций // Среднерусский вестник общественных наук. 2016. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-standarty-aziatskykh-korporatsii> (дата обращения: 05.02.2023).

15. Трапезникова И. С. Социальная ответственность предприятий угольной промышленности=Social responsibility of coal industry enterprises. Москва: Креативная экономика, 2019. 274 с.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Ковалев Роман Игоревич – аспирант кафедры экономики отраслей и рынков Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. r.i.kovalev1998@gmail.com. ORCID: 0000-0001-6720-0603

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE COUNTRIES OF WESTERN EUROPE AND RUSSIA: TRENDS AND PECULIARITIES OF FORMATION

R. I. Kovalev

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia

The article considers the peculiarities of corporate social responsibility formation in Western European countries and Russia, peculiarities of formation of specific systems within specific companies, as well as studies the basic standards of corporate social responsibility institute functioning. The conducted research allows to depict the main features of the process of formation of specific systems of corporate social responsibility in an enlarged form, as well as to note a number of specific examples of already formed standards and systems.

Keywords: *corporate social responsibility, Western Europe, Russia.*

REFERENCES

1. Vereshchagina E. V., Andreeva O. A. & Yudina L. V. (2018). Mezhdunarodnye standarty korporativnoy sotsial'noy otvetstvennosti [International standards of corporate social responsibility]. *Nauka, obrazovanie i kul'tura* [Science, Education and Culture]. No. 5 (29). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnye-standarty-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti>, accessed: 05.02.2023. (In Russ.).
2. Zainullin S. B. (2021). Standarty korporativnoj kul'tury v 21 veke: monografiya [Standards of corporate culture in the 21st century: monography]. Moscow; Berlin: Direct-Media, 432 p. (In Russ.).
3. Zilbershtein O. B., Shklyar T. L., Ershova N. A. & Rutskiy E. I. (2016). Formy korporativnoy sotsial'noy otvetstvennosti [Forms of corporate social responsibility]. *Vestnik evraziyskoy nauki* [The Eurasian Scientific Journal]. No. 6 (37). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/formy-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti>, accessed: 05.02.2023. (In Russ.).
4. Kopytova E. D. (2017). Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa: problemy i perspektivy razvitiya: monografiya [Social responsibility of business: problems and prospects for development: monograph]. Federal Agency of Scientific Organizations, Russian Academy of Sciences, Vologda Scientific Center of RAS. Vologda, 175 p. (In Russ.).
5. Krivorot'ko I. A. & Tulyakova N. A. (2015). Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost': mirovoy opyt razvitiya [Corporate social responsibility: world development experience]. *Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Ekonomika i upravlenie* [Scientific notes of the V. I. Vernadsky Crimean Federal University. Economics and Management]. No. 3. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-mirovoy-opyt-razvitiya>, accessed: 05.02.2023. (In Russ.).
6. Makeenko M. V., Tikhonova M. V. & Mate-Kole A. A. (2015). Podkhody k ponimaniyu termina «Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost'» [Approaches to understanding the term “corporate social responsibility”]. *Voprosy territorial'nogo razvitiya* [Territorial development issues]. No. 6 (26). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/podkhody-k-ponimaniyu-termina-korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost>, accessed: 05.02.2023. (In Russ.).
7. Matveeva E. V. (2017). Predprinimatel'stvo v SSHA i Rossii: evolyutsiya korporativnoy sotsial'noy otvetstvennosti [Entrepreneurship in the USA and Russia: Evolution of corporate social responsibility]. *Izvestiya DVFU. Ekonomika i upravlenie* [The bulletin of the Far Eastern Federal University. Economics and Management]. No. 2 (82). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelstvo-v-ssha-i-rossii-evolyutsiya-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti>, accessed: 05.02.2023. (In Russ.).
8. Myasnikova S. V. & Fedotova G. A. (2013). Tendentsii i problemy razvitiya korporativnoy sotsial'noy otvetstvennosti v praktike rossiyskogo biznesa [Trends and problems of corporate social responsibility in the practice of Russian business]. *Beneficium*. No. 2. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-i-problemy-razvitiya-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-v-praktike-rossiyskogo-biznesa>, accessed: 05.02.2023. (In Russ.).
9. Nekhoda E. V. (2018). Natsional'nye modeli korporativnoy sotsial'noy otvetstvennosti [National models of corporate social responsibility]. *Strategii biznesa* [Business Strategies]. No. 3 (47). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnye-modeli-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti>, accessed: 05.02.2023. (In Russ.).
10. Rafikov R. R., Yarullin R. R. (2016). Sotsial'naya otvetstvennost' v biznese [Social responsibility in business]. *Innovatsionnaya nauka* [Innovative science]. No. 2-2 (14). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-otvetstvennost-v-biznese>, accessed: 05.02.2023. (In Russ.).
11. Rusheva A. V. (2019). Sotsial'naya otvetstvennost' biznes-resheniy [Social responsibility of business solutions]. *Vestnik PNIPU. Sotsial'no-ekonomicheskie nauki* [PNRPU Sociology and economics bulletin]. No. 1. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-otvetstvennost-biznes-resheniy>, accessed: 05.02.2023. (In Russ.).
12. Starikova L. N. (2019). Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa v sotsial'no-ekonomicheskom razvitiy territorii mineral'no-resursnykh klasterov [Social responsibility of business in the socio-economic development of the territory of mineral resource clusters]. Moscow; Berlin: Direct-Media, 250 p. (In Russ.).
13. Stroeva O. A., Mironenko N. V. & Ivanov H. M. (2016). Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost': rossiyskie i zarubezhnye standarty [Corporate social responsibility: Russian and foreign standards]. *Srednerusskiy vestnik obshchestvennykh nauk* [Central Russian Journal of Social Sciences]. No. 1. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-rossiyskie-i-zarubezhnye-standarty>, accessed: 05.02.2023. (In Russ.).
14. Stroeva O. A., Mironenko N. V., Ivanov H. M. (2016). Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost': standarty aziatskikh korporatsiy [Corporate social responsibility: standards of Asian corporations]. *Srednerusskiy vestnik obshchestvennykh nauk* [Central Russian Journal of Social Sciences]. No. 1. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-standarty-aziatskiy-korporatsii>, accessed: 05.02.2023. (In Russ.).
15. Trapeznikova I. S. (2019). Sotsial'naya otvetstvennost' predpriyatiy ugol'noy promyshlennosti=Sotsial'noy otvetstvennosti of coal industry enterprises [Social responsibility of coal industry enterprises]. Moscow: Creative Economics, 274 p. (In Russ.).