DOI: <http://dx.doi.org/10.15688/jvolsu7.2016.1.13>

УДК 1:005.35

ББК 87.6

БУДУЩЕЕ КАК ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ В КОНЦЕПЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Татьяна Сергеевна Горина

Кандидат философских наук, доцент кафедры философии,
Волгоградский государственный университет
tsgorina@gmail.com, socphil@volsu.ru
просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация

Аннотация. В статье анализируются различные точки зрения на проблему социальной ответственности бизнеса. Исследуется связь между социальной ответственностью организации и устойчивым развитием. Предметом исследования является концепция корпоративной социальной ответственности, согласно которой компании должны содействовать реализации принципов и достижению целей устойчивого развития. Автор анализирует исходные положения, на которых основано изучение будущего в концепции корпоративной социальной ответственности: тезис о возможности экстраполяции знаний о современных тенденциях социального развития в будущее; идея осуществления продуктивного взаимодействия в поликультурном мире между организацией и заинтересованными сторонами; требование изменения мировоззрения участников взаимодействия в направлении, обозначенном в концепции КСО. Также изучается созидательная роль организаций, государства и местного сообщества в построении будущего.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, устойчивое развитие, будущее, заинтересованные стороны, социальная динамика.

Отношение к тому, должна ли компания быть социально ответственной, с момента активного научного изучения этой проблемы было весьма неоднозначным. Если для некоммерческих организаций ответ на этот вопрос очевидно положительный, так как их основная деятельность состоит в том, чтобы быть социально ответственными, то в дискуссии о том, нужно ли бизнесу быть социально ответственным, все не так просто. Существует критика корпоративной социальной ответственности (КСО) со стороны исследователей и руководителей компаний (Т. Левитт [20], М. Фридман [17], И. Дэвис (McKinsey & Company) [10] и др.). Авторы указывают, что задачей бизнеса является создание качественных товаров и

услуг, получение прибыли, а КСО негативно влияет на будущее экономических отношений.

Однако сторонников противоположной точки зрения гораздо больше (Н.Р. Бовен [15]; В.С. Фредерик [16]; Ф. Котлер, Н. Ли [19]; М.Е. Портер, М.Р. Крамер [21]; Н. Амос [14], Ю.Е. Благоев [1]; Е.Н. Феоктистова [11]; С.П. Перегудов, И.С. Семенов [6]; А.Л. Стризов, С.Б. Токарева [9] и др.). Исследователи указывают на то, что социально ответственная деятельность выгодна самим компаниям, потому что является преимуществом в конкурентной борьбе, позволяет управлять рисками, улучшить репутацию, повысить лояльность и вовлеченность сотрудников, изучить потребности и ожида-

ния стейкхолдеров. Социально ответственное поведение важно и для общества, так как обеспечивает более высокий уровень благосостояния, способствует развитию социальной активности граждан. М.Е. Porter, М.Р. Крамер указывают на то, что корпоративная социальная ответственность помогает решить социальные проблемы: «Каждая компания может определить конкретный набор социальных проблем, для решения которых она лучше всего оснащена, чтобы помочь их решить, и от решения которых она может получить наибольшее конкурентное преимущество» [21]. КСО не только стимулирует экономический и социальный рост, но и позволяет компаниям и обществу изменить мнение друг о друге.

Эволюция представлений о социальной ответственности организации связана с изучением корпоративной социальной восприимчивости, корпоративной социальной деятельности, корпоративного сознания, концепции заинтересованных сторон, корпоративного гражданства и т. д. Наибольший интерес у современных исследователей корпоративной социальной ответственности вызывает ее связь с концепцией устойчивого развития (R. Steurer, M.E. Langer, A. Konrad, A. Martinuzzi [23]; Е.А. Костин [3]; А.А. Шлихтер [13] и др.). Эта связь подчеркивается во многих стандартах и руководствах, касающихся социальной ответственности организации (GRI G 4, ISO 26000:2010, SA 8000:2014, Стандарт ТПП РФ «Социальная отчетность предприятий и организаций, зарегистрированных в Российской Федерации. Основные положения», АА 1000, Социальная хартия российского бизнеса и др.). Например, в национальном стандарте ГОСТ Р ИСО 26000-2012, идентичном международному стандарту ISO 26000:2010, указано, что «целью социальной ответственности является содействие устойчивому развитию» [4, с. V]. Социальная ответственность организации предполагает реализацию принципов и целей устойчивого развития. Именно поэтому важный вопрос для тесно связанной с КСО отчетности в области устойчивого развития – «какой вклад организация вносит или намеревается внести в будущем в улучшение или деградацию экономических, экологических и социальных условий, процессов разви-

тия и тенденций на местном, региональном и глобальном уровнях» [7, с. 18].

Устойчивое развитие, ориентированное на то, чтобы отвечать «потребностям нынешнего поколения, не лишая будущие поколения возможности удовлетворять свои потребности» [5, с. 50], рассматривается исследователями в качестве одного из основных направлений в футурологии [2; 22]. Благодаря исследованию будущего в концепции социальной ответственности можно определить способы реализации отдельных аспектов концепции устойчивого развития, связанных с деятельностью организаций. Концепция устойчивого развития задает общее направление, в то время как концепция социальной ответственности формирует единые цели для организаций (с учетом специфики страны, типа компании, этапа ее развития и т. п.). Концепция социальной ответственности тесно связана с практикой, «позволяет совместить принципы устойчивого развития и групповые интересы» [13, с. 46], а также увидеть конкретные параметры будущего, обозначить возможные трудности и способы их преодоления.

Трактовка будущего основана в концепции социальной ответственности на нескольких исходных положениях, среди которых – возможность экстраполировать знания о настоящем, о существующих тенденциях в будущее и составить на их основе прогнозы о дальнейшем развитии общества. То есть анализ будущего в концепции социальной ответственности во многом определяется видением настоящего, черты которого связаны с глобализацией, стремительным развитием науки и технологий, ограниченностью пространства и ресурсов. В этих условиях «все более распространенным становится и представление о том, что долгосрочная доходность должна сочетаться с социальной справедливостью и охраной окружающей среды» [7, с. 3], о том, что организации должны активно участвовать в жизни общества.

Следующее исходное допущение состоит в признании продуктивного взаимодействия в многонациональном, поликультурном мире между организацией и всеми заинтересованными сторонами. В документах и работах, посвященных социальной ответственности организации, подчеркивается необходимость

такого сотрудничества. Исследователи указывают, что диалог компаний со стейкхолдерами позволит услышать мнения, предложения заинтересованных сторон и направить программы корпоративной социальной ответственности на решение действительно значимых проблем: «Заинтересованные стороны хотят конкретных решений повседневных проблем, они хотят, чтобы компании помогли заинтересованным сторонам улучшить свою жизнь и мир, в котором они живут. <...> Заинтересованные стороны хотят, чтобы компании были открыты для новых способов реализации и продвижении КСО» [18]. Следовательно, достижение поставленных в концепции корпоративной социальной ответственности целей, построение желаемого будущего возможно, если компании, прежде чем предпринимать конкретные действия в области КСО, договорятся со стейкхолдерами о том, какие проблемы являются наиболее важными, и обозначат пути их решения.

Еще одно исходное положение связано с тем, что взаимодействие, необходимость которого утверждается в концепции корпоративной социальной ответственности, означает повышение активности субъектов. В то же время в ISO 26000:2010 подчеркивается добровольный характер следования принципам социальной ответственности, самостоятельный анализ взаимоотношений с заинтересованными сторонами. Указанные процессы осуществимы благодаря осознанию важности социально ответственного поведения, его преимуществ, то есть благодаря изменению мышления участников взаимодействия. Будущее, задуманное в концепции социальной ответственности, наступит, если произойдет изменение мировоззренческих ориентиров, ценностей в направлении, обозначенном в рассматриваемой концепции (честность, справедливость, добросовестность, свобода, уважение человека, сохранение человеческого достоинства и т. п.). Именно благодаря тому что социальная ответственность является как практической деятельностью, так и типом мышления, в компаниях «она начинает влиять на то, что они думают, как ведут и организуют себя, стремясь реализовать как бизнес-возможности, так и более широкие социальные цели, такие как помощь в борьбе с беднос-

тью, укрепление здоровья или смягчение последствий изменения климата» [14].

Анализ модели будущего, представленной в концепции социальной ответственности, предполагает изучение основных действующих лиц, влияющих на его формирование, способных оказать потенциальное положительное воздействие на процесс становления будущего, среди которых особо следует выделить организации, государство (органы государственной власти) и местное сообщество. Значение, которое в современном обществе имеет информация, влияет и на требования к социально ответственной организации. Организациям рекомендуется раскрывать сведения о разных аспектах своей деятельности (ее характере; составе контролирующих лиц; методах принятия, исполнения и анализа решений; стандартах и критериях, которые используются для оценки социально ответственного поведения и т. п.). Предоставляемая информация должна быть полной, точной, доступной, своевременной, основанной на фактах, изложена в ясной и объективной форме.

Организации, реализующие принципы социальной ответственности (подотчетность, прозрачность, этичное поведение, соблюдение верховенства закона и т. п. [4]), содействуют социальной справедливости, поддержанию здоровых экосистем, устраняют факторы, которые создают серьезную угрозу безопасности человека, здоровью и благополучию общества, выявляют как уже нанесенный вред от своих проектов, так и вред потенциальный. Такое поведение позволяет снизить негативное влияние деятельности компании или избежать его, а также сформировать благоприятную окружающую среду, определяемую как «среда, которая не представляет угрозы для благополучия настоящих и будущих поколений» [4, с. 49].

Таким образом, компании не только стремятся к получению прибыли, но и заботятся об обществе. Забота предполагает активность даже в сложных ситуациях (политическая нестабильность, культура коррупции, природные катастрофы и т. п.) и готовность организации к самоограничению, что может привести к финансовым потерям. Например, социально ответственные компании не используют негативные условия для достижения

несправедливых конкурентных преимуществ. Если из-за бедности, других причин организации приходится работать с группами, действующими вне правовых рамок, то, независимо от того как это скажется на ее доходах, компании нужно создавать возможности для того, чтобы деятельность этих групп полностью соответствовала законодательству. Если национальное законодательство или практика его применения противоречат международным нормам права, организации следует использовать легитимные возможности для того, чтобы при помощи воздействия на другие организации, на органы власти устранить существующее противоречие.

Организации помогают государству удовлетворять базовые потребности населения (оказание медицинской помощи, право на коммунальные услуги первой необходимости: электроэнергию, газ, воду, отвод сточных вод, канализацию, дренаж, связь), обеспечивать доступ к услугам первой необходимости [4, с. 54]. Однако социально ответственные организации не заменяют государства в решении проблем общества. Государство может оказывать содействие компаниям в их социально ответственном функционировании, учитывать их мнение. Особая роль государства состоит в создании благоприятной среды для КСО. Так, для того чтобы социально ответственное поведение стало конкурентным преимуществом, необходимо создать условия для добросовестной конкуренции, побороть коррупцию, обеспечить реализацию прав и свобод человека в полном объеме. Сотрудничество органов власти с организациями необходимо и для обеспечения участия в жизни общества всех групп населения, в том числе уязвимых, искоренения всех форм детского труда, решения экологических проблем, ведь «социально ответственный бизнес – это бизнес, который в полной мере осознает всю важность и сложность экологических проблем современности и наравне с государством заботится о создании безопасной для человека среды обитания» [8], и т. п.

В связи с тем что становление и развитие корпоративной социальной ответственности в России происходит под значительным влиянием государства, внимательно изучается взаимодействие бизнеса и власти в про-

цессе социально ответственного поведения. Важным фактором, влияющим на социальную ответственность в нашей стране, является наличие ожиданий по отношению к государству, которые в современном российском обществе нередко переносятся на крупный бизнес. А.Г. Левинсон считает, что «одним из главных препятствий на пути построения системы помощи социально исключенным в нашей стране является то, что большая часть общества думает: «Это сделает полиция или другая госструктура» [12].

Успешное воплощение концепции КСО возможно при поддержке членов местного общества, со стороны которых поступит запрос на социально ответственное поведение компаний и которые будут готовы принять участие в консультациях по вопросам влияния организаций на стейкхолдеров. Стандарты и руководства в области КСО настоятельно рекомендуют организациям поддерживать социальные проекты и инициативы местных сообществ, что означает наличие таких проектов и инициатив, то есть элементов гражданского общества. Однако прежде чем в местном сообществе появятся социальные инициативы и структуры по их трансляции и исполнению, гражданам нужно идентифицировать свои интересы и ожидания, связать их реализацию с возможностями конкретной организации. Указанное качество необходимо для того, чтобы члены местного сообщества смогли оценить, как компании влияют на их интересы, и, при необходимости, защитить себя от опасностей и рисков. Местное сообщество самоорганизуется, спланируется, активизируется на основе осознанных интересов и целей, начинает искать способы воздействия на компании, вырабатывать вместе с ними механизмы построения устойчивого будущего. Возникает новый субъект влияния на организации, что приводит к распространению принципов КСО и стимулирует социально ответственное поведение компаний. Формирование гражданского общества происходит снизу благодаря усилиям местного общества, но существенную роль в становлении гражданского общества играют и организации, уважительное взаимодействие которых с местным сообществом, участие в его жизни «как само по себе, так и через ассоциации, стремящиеся к развитию общественных благ,

помогает укрепить гражданское общество» [4, с. 55], способствует развитию гражданских и демократических ценностей. Вклад в развитие гражданского общества осуществляется, например, при помощи социального инвестирования, продвижения и поддержки образования, повышения его качества и доступности, через повышение уровня осведомленности в областях, связанных с деятельностью организации и темами КСО, обучение деятельности по искоренению взяточничества и коррупции.

Проведенный анализ показывает, что внимание к будущему в концепции корпоративной социальной ответственности связано с исследованием вклада, который организация и ее основные стейкхолдеры могут внести в устойчивое развитие на разных уровнях. Изучение будущего в этой концепции позволяет оценить фактическое состояние общества, критически пересмотреть привычные практики, способы действия и стимулировать новые. Благодаря обсуждению темы будущего можно также выявить ключевые тенденции социальной динамики, существующие и зарождающиеся проблемы по основным аспектам устойчивого развития и подготовить рекомендации по осуществлению преобразований.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Благов, Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции / Ю. Е. Благов. – СПб. : Высшая школа менеджмента, 2011. – 271 с.
2. Джонстон, Р. Анализ технологий, ориентированный на будущее: «проблема Кассандры» / Р. Джонстон // Форсайт. – 2011. – Т. 5, № 2. – С. 58–64.
3. Костин, А. Е. Корпоративная ответственность и устойчивое развитие / А. Е. Костин. – М. : Институт устойчивого развития Общественной палаты Российской Федерации ; Центр экологической политики России, 2013. – 80 с.
4. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р ИСО 26000-2012 «Руководство по социальной ответственности». – М. : Стандартинформ, 2014. – 116 с.
5. Наше общее будущее: доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР). – М. : Прогресс, 1989. – 376 с.
6. Перегудов, С. П. Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии / С. П. Перегудов, И. С. Семенов. – М. : Прогресс-Традиция, 2008. – 447 с.
7. Руководство по отчетности в области устойчивого развития G 4. Принципы подготовки отчетности и стандартные элементы отчетности. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://www.globalreporting.org/resource/library/Russian-G4-Part-One.pdf> (дата обращения: 11.05.2015). – Загл. с экрана.
8. Стандарт Торгово-промышленной палаты Российской Федерации «Социальная отчетность предприятий и организаций, зарегистрированных в Российской Федерации. Основные положения». – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://tpprf.ru/ru/reg_docs/standart/ (дата обращения: 15.07.2015). – Загл. с экрана.
9. Стризов, А. Л. Трансформация социальной ответственности и развитие общества модерна / А. Л. Стризов, С. Б. Токарева // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7, Философия. Социология и социальные технологии. – 2010. – № 2 (12). – С. 45–53.
10. Трудолюбов, М. Интервью: Иэн Дэвис, директор McKinsey / М. Трудолюбов // Ведомости. – № 1519 от 19.12.2005. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2005/12/19/intervyu-ijen-djevis-direktor-mckinsey> (дата обращения: 15.08.2015). – Загл. с экрана.
11. Феоктистова, Е. Н. О корпоративной социальной ответственности в России / Е. Н. Феоктистова // Акционерное общество: вопросы корпоративного управления. – 2010. – № 5 (72). – С. 6–11.
12. Шаповалова, Д. Алексей Левинсон – об особенностях российской национальной благотворительности. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.asi.org.ru/aleksej-levinson-osobennosti-rossijskoj-natsionalnoj-blagotvoritelnosti-i-novye-sotsialno-isklyuchennye/> (дата обращения: 14.03.2015). – Загл. с экрана.
13. Шлихтер, А. А. Направление и механизмы взаимодействия социально-ответственного бизнеса с некоммерческим сектором США / А. А. Шлихтер. – М. : ИМЭМО РАН, 2010. – 104 с.
14. Amos, N. Corporate responsibility / N. Amos. – Electronic text data. – Mode of access: <http://www.philanthropy-impact.org/expert-opinion/corporate-responsibility> (date of access: 14.08.2015). – Title from screen.
15. Bowen, H. R. Social responsibilities of the businessman / H. R. Bowen. – N.Y. : Harper & Row, 1953.
16. Frederick, W. C. From CSR1 to CSR2: The maturing of business-and-society thought / W. C. Frederick // Business & Society. – 1994. – Vol. 33, № 2. – P. 150–164.
17. Friedman, M. The social responsibility of business is to increase its profits / M. Friedman // New York Times Magazine. – 1970. – September 13.

18. Illia, L. Creating effective dialogue about corporate social responsibility / L. Illia, S. Romenti, S. Zyglidopoulos // MIT Sloan Management Review. – 2015. – September 01. – Electronic text data. – Mode of access: http://sloanreview.mit.edu/article/creating-effective-dialogue-about-corporate-social-responsibility/?use_credit=93e12f7529eb0f99dc95b57d46d58cbd (date of access: 04.09.2015). – Title from screen.

19. Kotler, Ph. Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause / Ph. Kotler, N. Lee. – Hoboken : John Wiley & Sons, 2005. – 320 p.

20. Levitt, T. The dangers of social responsibility / T. Levitt // Harvard Business Review. – 1958. – Vol. 36. – № 5. – P. 41–50.

21. Porter, M. E. Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility / M. E. Porter, M. R. Kramer // Harvard Business Review. – 2006. – December Iss. – Electronic text data. – Mode of access: <https://hbr.org/2006/12/strategy-and-society-the-link-between-competitive-advantage-and-corporate-social-responsibility> (date of access: 11.08.2015). – Title from screen.

22. Slaughter, R. The state of play in the futures field: a metascanning overview / R. Slaughter // Foresight. – 2009. – Vol. 11, № 5. – P. 6–20.

23. Steurer, R. Corporations, stakeholders and sustainable development I: A theoretical exploration of business-society relations / R. Steurer, M. E. Langer, A. Konrad, A. Martinuzzi // Journal of Business Ethics. – Vol. 61, № 3. – P. 263–281.

REFERENCES

1. Blagov Ju.E. *Korporativnaja socialnaja otvetstvennost: jevoljucija koncepcii* [Corporate social responsibility: the evolution of the concept]. Saint Petersburg, Izd-vo «Vysshaja shkola menedzhmenta», 2011. 271 p.

2. Dzhonston R. Analiz tehnologij, orientirovannyj na budushhee: «problema Kassandry» [Analysis technology focused on the future: “the problem of Cassandra”]. *Forsajt*, 2011, vol. 5, no. 2, pp. 58–64.

3. Kostin A.E. *Korporativnaja otvetstvennost i ustojchivoe razvitie* [Corporate responsibility and sustainable development]. Moscow, Institut ustojchivogo razvitija Obshhestvennoj palaty Rossijskoj Federacii / Centr jekologicheskoy politiki Rossii, 2013. 80 p.

4. *Nacionalnyj standart Rossijskoj Federacii GOST R ISO 26000-2012 «Rukovodstvo po socialnoj otvetstvennosti»* [National Standard of the Russian Federation GOST R ISO 26000-2012 “Guidance on Social Responsibility”]. Moscow, Standartinform, 2014. 116 p.

5. *Nashe obshhee budushhee: доклад Mezhdunarodnoj komissii po okruzhajushhej srede i razvitiyu (MKOSR)* [Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development (WCED)]. Moscow, Progress Publ., 1989. 376 p.

6. Peregudov S.P., Semenenko I.S. *Korporativnoe grazhdanstvo: koncepcii, mirovaja praktika i rossijskie realii* [Corporate Citizenship: Concepts, global practice and Russian realities]. Moscow, Progress-Tradicija, 2008. 447 p.

7. *Rukovodstvo po otchetnosti v oblasti ustojchivogo razvitija G 4. Principy podgotovki otchetnosti i standartnye jelementy otchetnosti* [Reporting Guidelines Sustainability G 4. Basis of preparation and standard reporting elements]. Available at: <https://www.globalreporting.org/resource/library/Russian-G4-Part-One.pdf>. (accessed May 11, 2015)

8. *Standart Torgovo-promyshlennoj palaty Rossijskoj Federacii «Socialnaja otchetnost predpriyatij i organizacij, zaregistrirovannyh v Rossijskoj Federacii. Osnovnye polozhenija»* [Standard of the Chamber of Commerce of the Russian Federation “Social reporting companies and organizations registered in the Russian Federation. The main provisions”]. Available at: http://tpprf.ru/ru/reg_docs/standart/. (accessed July 15, 2015)

9. Strizoe A.L., Tokareva S.B. Transformacija socialnoj otvetstvennosti i razvitie obshhestva moderna [Transformation of social responsibility and modern society development]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija 7. Filosofija. Sociologija i socialnye tehnologii* [Science Journal of Volgograd State University. Philosophy. Sociology and Social Technologies], 2010, no. 2 (12), pp. 45–53.

10. Trudoljubov M. Intervju: Ijen Djevis, direktor McKinsey [Interview: Ian Davis, director of the McKinsey]. *Vedomosti*, 2005, no. 1519. Available at: <http://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2005/12/19/intervyu-ijen-djevis-direktor-mckinsey>. (accessed August 15, 2015)

11. Feoktistova E. N. O korporativnoj socialnoj otvetstvennosti v Rossii [On the corporate social responsibility in the Russian]. *Akcionernoe obshhestvo: voprosy korporativnogo upravlenija*, 2010, no. 5 (72), pp. 6–11.

12. Shapovalova D. *Aleksej Levinson – ob osobennostjah rossijskoj nacionalnoj blagotvoritelnosti* [Alexey Levinson - about the peculiarities of the Russian national charity]. Available at: <http://www.asi.org.ru/aleksej-levinson-osobennosti-rossijskoj-natsionalnoj-blagotvoritelnosti-i-novye-sotsialno-isklyuchennye/>. (accessed 14 March 2015).

13. Shlihter A.A. *Napravlenie i mehanizmy vzaimodejstvija socialno-otvetstvennogo biznesa s*

nekommercheskim sektorom SShA [Direction and mechanisms of socially responsible business with US non-profit sector]. Moscow, IMJeMORAN, 2010. 104 p.

14. Amos N. *Corporate responsibility*. Available at: <http://www.philanthropy-impact.org/expert-opinion/corporate-responsibility>. (accessed August 14, 2015)

15. Bowen H.R. *Social responsibilities of the businessman*. New York, Harper & Row, 1953.

16. Frederick W.C. From CSR1 to CSR2: The maturing of business-and-society thought. *Business & Society*, 1994, vol. 33, no. 2, pp. 150-164.

17. Friedman M. The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*, 1970, September 13.

18. Illia L., Romenti S., Zyglidopoulos S. Creating effective dialogue about corporate social responsibility. *MIT Sloan Management Review*, 2015. Available at: http://sloanreview.mit.edu/article/creating-effective-dialogue-about-corporate-social-responsibility/?use_credit=93e12f7529eb0f99dc95b57d46d58cbd. (accessed September 4, 2015).

19. Kotler Ph., Lee N. *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Hoboken: John Wiley & Sons, 2005. 320 p.

20. Levitt T. The dangers of social responsibility. *Harvard Business Review*. 1958, vol. 36, no. 5, pp. 41-50.

21. Porter M. E., Kramer M. R. Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*. 2006, december Issue. Available at: <https://hbr.org/2006/12/strategy-and-society-the-link-between-competitive-advantage-and-corporate-social-responsibility> (Accessed 11 August 2015)

22. Slaughter R. The state of play in the futures field: a metascanning overview. *Foresight*, 2009, vol. 11, no. 5, pp. 6-20.

23. Steurer R., Langer M.E, Konrad A., Martinuzzi A. Corporations, stakeholders and sustainable development I: A theoretical exploration of business–society relations. *Journal of Business Ethics*, vol. 61, no.3, pp. 263-281.

THE FUTURE AS A RESEARCH SUBJECT IN CSR CONCEPT

Tatyana Sergeevna Gorina

Candidate of Philosophic Sciences, Associate Professor, Department of Philosophy,
Volgograd State University
tsgorina@gmail.com, socphil@volsu.ru
Prosp. Universitetskyy, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation

Abstract. The article analyzes the different points of view on the issue of corporate social responsibility. The author investigates the relationship between the organization's social responsibility and sustainable development. The subject of research is the concept of corporate social responsibility. According to the concept of CSR, companies should contribute to the implementation of the principles and goals of sustainable development. The author analyzes the assumptions on which the study is based in the future of the concept of corporate social responsibility: the thesis of the possibility of extrapolating the knowledge about current trends in social development in the future; the idea of the productive interaction in a multicultural world between an organization and its stakeholders; the demand of changes in participants' outlook in the direction indicated in the concept of CSR. The author also studied the role of creative organizations, the state and the local community in building the future. The author notes that organizations that implement the principles of social responsibility, not only seek to make a profit, but also care about the community. The special role of government is to create an enabling environment for CSR. The contribution of members of the local society in the establishment of the future suggests that they will be prompted to socially responsible behavior and they will be ready to take part in the consultation on the impact of stakeholder organizations.

Key words: corporate social responsibility, sustainable development, the future, stakeholders, social dynamics.