

УДК 65.0

## **К ВОПРОСУ О КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ**

Ю.М. Егорова

Тверской государственный университет, г. Тверь

Статья посвящена изучению роли корпоративной социальной ответственности в процессе модернизации российской экономики. Рассматривается развитие идей социальной ответственности бизнеса в России и приводится опыт предприятий Тверского региона.

**Ключевые слова:** модернизация, инновации, корпорация, корпоративная социальная ответственность (КСО), устойчивое развитие.

Развитие глобальной экономической конкуренции, исчерпание потенциала экспортно-сырьевых отраслей экономики и возрастание роли инноваций как новых источников экономического роста обусловили пересмотр модели экономического развития России. Осознанной необходимостью и императивом дальнейшего развития страны стало проведение всесторонней модернизации, основанной на ценностях демократии и нацеленной на создание «умной» экономики.

В августе 2008 г. была разработана Концепция долгосрочного социально-экономического развития РФ, главной идеей которой явилось построение в стране экономики нового типа – инновационной социально-ориентированной экономики. Среди важнейших ее характеристик – модернизация традиционных секторов российской экономики (нефтегазового, сырьевого, аграрного и транспортного), превращение инноваций в ведущий фактор экономического роста, формирование экономики знаний и высоких технологий [5]. В своей программной статье «Россия, вперед!» Президент РФ подчеркнул, что «в течение ближайших десятилетий Россия должна стать страной, благополучие которой обеспечивается не столько сырьевыми, сколько интеллектуальными ресурсами: «умной» экономикой, создающей уникальные знания, экспортом новейших технологий и продуктов инновационной деятельности» [6]. Потребность в модернизации экономики приобрела особую значимость в посткризисный период. В Докладе «Стратегия 2020: Новая модель роста - новая социальная политика» была определена главная цель посткризисного развития страны - «выход на траекторию устойчивого и сбалансированного роста

в целях модернизации и догоняющего развития, перехода к инновационной стадии экономического развития и создания соответствующей ей инфраструктуры постиндустриального общества» [12].

В современных условиях решение задач модернизации становится возможным на основе объединения усилий государства и частного бизнеса, сплоченных общей модернизационной идеей. Правительство готово обеспечить поддержку модернизации путем создания достойного экономического пространства, где поощряются новшества и инвестиции. Существуют различные подходы к проведению модернизации. В настоящее время главным агентом модернизационного процесса должен стать малый, средний и крупный бизнес, взяв на себя роль распространения и внедрения передовых достижений. Важнейшей социальной и управленческой инновацией, активно внедряемой современными компаниями, становится концепция корпоративной социальной ответственности (далее - КСО).

Генезис концепции КСО является процессом осмысления такой социально-философской категории как «ответственность». В Толковом словаре русского языка ответственность понимается как «необходимость, обязанность отдавать кому-нибудь отчет в своих действиях, поступках» [13, С. 468]. С позиций классической философии ответственность исследовалась в основном опосредованно: через категории морали (нравственности), свободы и необходимости, добра и зла. Ответственность в качестве самостоятельного объекта исследования стала рассматриваться в рамках этики ответственности, возникшей благодаря работам Х. Ленка, К. Байерца и Г. Йонаса. В середине XX в. осмысление ответственности приводит к пониманию того, что быть ответственным может не только индивид, но и социальная группа, общность, класс. Возникает новая категория – «социальная ответственность», реализуемая как через формы социального контроля, так и через понимание своей общественной роли субъектами ответственности. Данный подход находит отражение в концепции социальной ответственности бизнеса. Она основывается на том, что противоречие между частным интересом бизнеса (прибыль) и интересами общества (стабильность, успешное развитие для большинства) должно разрешаться бизнесом в пользу общества как той системы, частью которой он является.

Основные вехи на пути развития теоретической концепции КСО определяют работы таких авторов, как Г. Боуэн, К. Девис, Р. Бломстром, Дж. МакГуир, С. Сети, А. Керолл, У. Фредерик, М. Фридман, Ф.Хедоури и др. Среди российских ученых, внесших значительный вклад в развитие концепции можно отметить: Е.Ю. Благова, М.А. Эскиндарова, И.Ю. Беляеву, С.П. Перегудова, И.С.

Семененко, Ю.Н. Попова, В.Н. Якимца, О.В. Данилову, А.Е. Костина, М.И. Либоракину, С.Е. Литовченко и др.

В самом общем виде КСО можно определить как концепцию бизнеса, в основе которой лежит построение взаимоотношений с заинтересованными сторонами и осуществление добровольного вклада в развитие общества через механизм социальных инвестиций и с учетом принципов устойчивого развития. Концепция КСО означает смену парадигмы деятельности компании, что приводит и к пересмотру стратегии ее развития. Суть КСО заключается в том, что любые управленческие решения корпорации принимаются с учетом социальных и экологических последствий для самой компании и общества в целом. Нередко КСО отождествляют с понятием «устойчивое развитие» бизнеса, под которым понимают вид добровольного ведения бизнеса, который удовлетворяет не только экономическим критериям, но экологическим и социальным интересам общества и государства» [8, С. 112]. Такой принцип выделения областей (критериев) корпоративной ответственности закреплён во всех современных международных стандартах корпоративной ответственности и нефинансовой отчётности.

КСО направлена на установление и развитие взаимоотношений с основными группами заинтересованных сторон (стейкхолдеров). Термин «заинтересованная сторона», появившийся впервые во внутреннем меморандуме в Станфордском исследовательском институте в 1963 г., относится к «тем группам, без поддержки которых организация прекратила бы свое существование» [10, С. 180]. Современный этап корпоративного управления связан с процессом «диверсификации» заинтересованных групп (стейкхолдеров) корпорации – переходе от моносубъектности к полисубъектности [1, С. 112].

Важнейший аргумент сторонников КСО заключается в том, что компания, которая стремится понять позицию своих стейкхолдеров и улучшить отношения с ними, получит долгосрочные преимущества с точки зрения роста дохода акционеров. Наряду с репутацией, брендом компании КСО становится важнейшим нематериальным активом, определяющим рыночную стоимость корпорации. В настоящее время активное развитие получил инструментальный подход к КСО, в рамках которого социальная ответственность рассматривается с позиций ее эффективности для деятельности компании [2, С. 187]. Влияние КСО на основную деятельность корпорации может быть измерено в показателях капитализации, роста продаж, маркетинговых затрат и расходов на персонал. Так, например, экспертами «Института экономики города» было выявлено три основных показателя оценки выгод для бизнеса, связанных с участием компании в социальных программах: показатель

окупаемости инвестиций, направленных в социальные программы (return on investment); показатель эффективности благотворительной помощи и других социальных программ по сравнению с эффективностью рекламы и стимулирования продаж (efficiency measurement); показатель процесса реализации социальных программ (process measurement) [3].

Сущность КСО позволяет обозначить данную концепцию как управленческую инновацию, поскольку она предполагает пересмотр основных факторов капитализации компании и предусматривает использование принципиально иного подхода к корпоративному управлению.

Рассматривать КСО в качестве социальной инновации целесообразнее всего на региональном уровне. С такой позиции КСО представляет собой современную форму социального партнерства и обеспечивает решение задач социально-экономического развития региона. Однако, в настоящее время нет единого мнения на предмет справедливого распределения ответственности в триаде «бизнес-государство-общество».

Предполагается, что роль органов региональной власти должна сводиться к разработке комплексных мер по формированию единой и прозрачной политики поддержки КСО. В основе такой политики должна лежать объективная система поощрения социально ответственных компаний, при которой участие бизнеса в социальной сфере станет полезным не только для общества, но и для самого бизнеса. Некоторыми авторами КСО рассматривается как «обмен обязательствами», при котором бизнес получает гарантии стабильности и снижение административных барьеров, а власть получает дополнительные финансовые ресурсы для осуществления региональной стратегии развития [11, С. 113].

Роль бизнеса в реализации КСО сводится к осуществлению внутренних и внешних социальных инвестиций, которые призваны решить насущные проблемы регионального развития, в том числе, трудоустройство, социальное обеспечение и социальную защиту, проблемы экологии и др. Однако, бизнес постепенно начинает приходить к мысли о том, что структурирование социальной деятельности невозможно без привлечения дополнительных ресурсов и квалифицированных кадров, которые способны обеспечить целевое распределение социальных инвестиций. У бизнеса зачастую отсутствует формализованная структура принятия управленческих решений в области КСО, нет представлений о методах мониторинга и оценке эффективности проводимых направлений социальной ответственности. Иными словами, компании испытывают трудности в обеспечении целевого и эффективного расходования социальных средств из-за

отсутствия технологий, позволяющих обеспечить контроль за их осуществлением.

Предполагается, что гарантом целевого использования социальных инвестиций должны стать специализированные некоммерческие структуры, способные обеспечить программно-целевой подход к осуществлению практики КСО. Посредник между компанией как «донором» и обществом как «реципиентом» должен обладать всей полнотой информации о реализуемых проектах социально-экономического развития региона и применять уже отработанные механизмы мониторинга и контроля за использованием благотворительных средств. В тесном сотрудничестве с некоммерческими организациями должны работать и другие субъекты гражданского сектора: субъекты информационного пространства (областные и муниципальные СМИ), политические партии. Именно институты гражданского общества должны выступать арбитром отношений власти и бизнеса в обеспечении устойчивого развития региона, а также являться активным участником-инициатором ответственности, выявляя насущные проблемы, требующие решения.

Реализация КСО на практике может приобретать различные формы: от благотворительных акций и социально значимого маркетинга до комплексных программ развития территорий присутствия. Благотворительные пожертвования представляют собой форму адресной помощи, выделяемой компанией для проведения различного рода социальных программ. Программы могут осуществляться как самостоятельно, так и совместно с НКО и благотворительными фондами. Отдельно стоит упомянуть об эквивалентном финансировании, суть которого сводится к оказанию финансовой помощи совместно с органами государственной власти и НКО. Одной из популярных форм адресной помощи в последнее время является социально значимый маркетинг, когда компания направляет определенный процент от продаж конкретного товара или услуги на проведение тех или иных социальных программ. Следующим шагом по пути социального партнерства выступает разработка комплексных программ развития территорий присутствия, которые отличаются сложностью, системностью и привлечением профессиональных компаний-подрядчиков. Как правило, модель комплексной программы состоит из ряда тематических компонентов, каждый из которых направлен на решение специфической задачи в развитии региона. Для реализации подобных проектов привлекается широкий круг партнеров, включая международные фонды и организации, финансирующие подобные программы.

Идеи социальной ответственности бизнеса в России получили свое развитие в начале XXI века. В ноябре 2004 г. в Москве на XIV

съезде Российского союза промышленников и предпринимателей была одобрена «Социальная хартия российского бизнеса», в которой нашли выражение общие этические принципы деятельности российских компаний, касающиеся вопросов экономической и финансовой устойчивости, качества продукции, взаимоотношений с потребителями, участия в развитии местного сообщества и экологической безопасности. В этом же году Ассоциацией менеджеров России был опубликован «Доклад о социальных инвестициях в России», который определил КСО как «добровольный вклад частного сектора в общественное развитие через механизм социальных инвестиций» [4, С. 9]. В 2007 г. Ассоциация менеджеров подписала Меморандум «О принципах корпоративной социальной ответственности», определивший приоритетные направления КСО и основные группы заинтересованных групп, участвующих в диалоге с бизнесом. Данный документ акцентировал внимание на том, что устойчивое развитие бизнеса неразрывно связано с устойчивым развитием общества, вследствие чего предполагает осуществление добросовестной деловой практики, развитие персонала и обеспечение безопасных условий труда, природоохранную деятельность и развитие местных сообществ, поощрение благотворительности и волонтерства [7, С. 4]. В 2007 г. Всероссийской организацией качества был разработан и введен в действие стандарт ВОК-КСО-2007, который отразил основные составляющие социальной ответственности бизнеса, а в 2011 г. сразу вслед за выходом ISO 26000 организация выпустила международный стандарт IC CSR-08260008000, предназначенный для сертификации в Международной системе сертификации деятельности организаций в области социальной ответственности «ИНТЕРСОЦСЕРТ».

Несмотря на попытки государства и бизнеса сформировать общее представление о социальной ответственности, существует ряд проблем, тормозящих развитие практики КСО в России. Следует отметить, что западное понимание социальной ответственности бизнеса строится на довольно четких регламентах взаимодействия бизнеса и власти: развитом налоговом и трудовом законодательстве, высоких стандартах корпоративного управления и этики бизнеса, международных стандартах социальной и экологической отчетности (Global Reporting Initiative, стандарт SA 8000 – 2001 «Социальная ответственность», EFQM Framework for Corporate Social Responsibility и др.). На многих российских предприятиях отсутствует единый системный и скоординированный менеджмент социальной деятельности: направления КСО не связаны единой социальной политикой и не реализуются на основе программ скоординированных инвестиций. Это во многом связано с отсутствием единых законодательных рамок реализации КСО на федеральном уровне и

непониманием топ-менеджментом эффекта от реализации социальных инвестиций на практике. Так, например, в Национальном докладе по корпоративному управлению отмечается, что одной из важнейших проблем в российских компаниях является количественная оценка эффективности социальных и экологических проектов и программ [9, С. 251]. Во многих российских компаниях КСО рассматривается не более чем философская концепция и не соотносится с реальной бизнес-практикой, тогда как в международных корпорациях система КСО включает мониторинг достижения целей компании через регулярную оценку экономических, экологических и социальных показателей. Непонимание менеджментом связи КСО с бизнес-стратегией приводит к отсутствию мотивации быть социально ответственным, что в итоге значительно осложняет развитие КСО в России.

Идеи социальной ответственности бизнеса постепенно интегрируются в деловую практику предприятий российских регионов, среди которых важное место занимает Тверская область. В ноябре 2010 г. Лабораторией социально-политических исследований Тверского государственного университета был проведен опрос среди предпринимателей г. Твери с целью выявить их отношение к благотворительной деятельности как одной из форм КСО. Объем выборочной совокупности составил 105 человек. Согласно результатам исследования подавляющее большинство респондентов имеет положительное отношение к благотворительности (69%), треть опрошенных безразлично относится к филантропической деятельности (28%), около 3% предпринимателей считает, что благотворительность – бесполезная трата времени. Благотворительной деятельностью занимается регулярно лишь 6% тверских предпринимателей, 28% респондентов осуществляет благотворительные проекты и программы время от времени, и 40% не занимается филантропией совсем. 43% респондентов считают, что заниматься благотворительностью должен каждый человек в меру своих возможностей, тогда как 37% полагают, что данная роль принадлежит государству. Около 17% опрошенных придерживается мнения, что осуществлять благотворительную деятельность должны бизнес-структуры, а 3% респондентов считает, что занятия благотворительностью - для некоммерческих организаций. Среди тех, кто занимается благотворительностью, наиболее приоритетными сферами являются: помощь школам (30%), медицина (20%), помощь незащищенным слоям населения (10%), помощь ветеранам войны (10%), образование (10%), экология (10%), спорт (10%). Большая часть предпринимателей г. Твери (78%) считают, что благотворительность в России не развита, и лишь 3% опрошенных отмечают, что филантропическая деятельность носит комплексный характер. Среди препятствий, сдерживающих развитие

благотворительной деятельности в России, выделяют: отсутствие гарантий целевого использования средств (49%), несовершенство налоговой и законодательной сферы (29%), отсутствие традиций благотворительности (14%), недостаток признания благотворителей государством (8%). Обозначенные барьеры могут быть отчасти преодолены за счет грамотной мотивационной политики органов государственной власти. Среди опрошенных 29% респондентов отметили, что благотворительность должна стимулироваться путем предоставления налоговых льгот, 17% предпринимателей считают, что главный стимул - присвоение почетных званий и наград, 14% заявили о том, что благотворительность бизнеса должна подробно освещаться средствами массовой информации. Однако большинство респондентов (40%) считают, что благотворительная помощь должна идти от сердца и не нуждается в поощрении.

В последние годы органы региональной власти Тверской области активно участвуют в поддержке социальных инициатив бизнеса и разработке механизмов, позволяющих институционализировать взаимоотношения в триаде «бизнес-власть-общество». В декабре 2010 г. в Твери было подписано трехстороннее соглашение о социальном партнерстве на 2011-2013 гг. между властью, профсоюзами и обществом, который определил общий порядок совместного решения стоящих перед областью социальных проблем. В целях повышения социальной ответственности бизнеса в феврале 2011 г. постановлением Администрации Тверской области была утверждена типовая форма соглашения о сотрудничестве в рамках реализации инвестиционного проекта между Администрацией области и коммерческой организацией. На данный момент между Администрацией области и Всероссийской организацией качества ведутся переговоры о взаимном сотрудничестве, в частности, в сфере внедрения в организациях региона стандарта ВОК-КСО-2008 и системы добровольной сертификации «СОЦСЕРТ», зарегистрированной в Федеральном агентстве по техническому регулированию и метрологии. Данное соглашение позволит предприятиям Тверского региона выйти на качественно новый уровень социальной ответственности бизнеса: скоординировать свою социальную политику и обеспечить управление ею на основе сформулированных целей, задач и разработанной программы.

Социальная ответственность тверского бизнеса представлена различного рода благотворительными пожертвованиями и формами социального маркетинга, механизмом государственно-частного партнерства и программами комплексного развития территорий присутствия.

В качестве примера социального маркетинга можно обозначить акцию «Покупая — помогаешь детям», которая проводится ЗАО «Хлеб»

совместно с благотворительным фондом «Доброе начало». С 1 июня 2007 года на упаковках нескольких видов продукции ЗАО «Хлеб» была размещена эмблема благотворительной акции - дружелюбный щенок Тиша с ромашкой. 10 копеек от стоимости каждой единицы продукции были предназначены для тверских семей, воспитывающих детей-инвалидов. Такой способ участия в благотворительности является уникальным для Тверской области, благодаря своей доступности и простоте он способствует привлечению к добрым делам широких слоёв населения. За три года было собрано 3 369 453 рубля, что выразилось в помощи 262 семьям из 34 районов Твери.

Ярким примером комплексного и скоординированного взаимодействия бизнеса и некоммерческого сектора явилась долгосрочная социальная программа «Важное дело», которая стартовала в декабре 2004 г. в рамках проведения Первого социального форума «Общество-Власть-Бизнес – общие цели». Её целью стало объединение усилий общества, власти и бизнеса для оказания дополнительной помощи социально незащищённым категориям населения: одиноким пожилым людям, инвалидам, детям-сиротам и детям, оставшимся без попечения родителей. За время реализации партнерами программы стали более 200 организаций Тверской области различных организационно-правовых форм собственности: ОАО «Волжский пекарь», Тверское областное отделение межрегиональной общественной организации «Союз пенсионеров России», ООО «Профилактическая медицина», ООО «КИН», ОАО «Калашниковский электроламповый завод», ЗАО «Рождественская мануфактура» и др. Среди проектов, которые были проведены добровольцами программы - «Школа социального аниматорства», акция «Подари лучик света», Весенняя Неделя Добра и мн. др. До настоящего времени в рамках данной социальной программы было реализовано свыше 3300 акций разнообразного характера.

Более масштабные проекты в рамках КСО касаются применения механизма государственно-частного партнерства и комплексных программ развития территорий присутствия. Так, например, в июле 2010 г. в Тверском регионе был запущен пилотный проект по развитию торфяной биоэнергетики на принципах ГЧП. Соглашение о сотрудничестве было подписано министром энергетики РФ С. Шматко, губернатором Тверской области Д. Зелениным, исполнительным директором ООО «Группа СИНТЕЗ» А. Королевым, генеральным директором ООО «Глобэкс Капитал» В. Казаряном и председателем совета директоров ЗАО «Тверская топливно-энергетическая компания» И. Ломакиным. В 2011 г. было подписано соглашение Администрации области с президентом «Интерроса» В. Потаниным, в рамках которого компания будет осуществлять грантовую поддержку разработок в в

области добычи и переработки торфа и профилактики торфяных пожаров. Грантовый фонд на 2011 год составил 5 млн. рублей, которые будут распределены не менее чем на 3 проекта. В настоящее время уже есть предложения от инвесторов по созданию клюквенных плантаций, а в дополнение к ним - завода по производству натуральных ягодных морсов на торфяных полях, непригодных для промышленной разработки.

Осенью 2010 г. компанией «Интеррос» было взято шефство над Конаковским районом Тверской области, где компания осуществляет масштабный инвестиционный проект «Завидово» на берегу Иваньковского водохранилища и ряд социальных проектов. В рамках соглашения «Интеррос» производит строительство детского сада и Дворца культуры в деревне Мокшино Конаковского района, там же на базе местной средней школы планируется создать современный высокотехнологичный учебный центр европейского уровня. В 2010 г. было заключено соглашение о стратегическом партнерстве между ведущим телекоммуникационным оператором ОАО «Мобильные ТелеСистемы» и Администрацией Тверской области в рамках реализации программ, направленных на социально-экономическое развитие региона. Соглашение предусматривает участие МТС в развитии телекоммуникационной инфраструктуры (сетей второго и третьего поколения), расширении транспортной инфраструктуры области, реализации социальных программ, в числе которых – программы по профессиональной адаптации студентов и выпускников высших учебных заведений и обеспечению сотовой связью военнослужащих, призывников и учителей. Общий размер инвестиций в социально-экономическое развитие региона составит более миллиарда рублей.

Достижение целей модернизации экономики предполагает применение инновационных подходов не только в государственном управлении, но и в осуществлении деловой практики компаний. Современным подходом к корпоративному управлению является концепция КСО, конечная цель которой состоит в обеспечении устойчивого развития корпорации по трем основным направлениям – экономическому, экологическому и социальному. КСО постепенно превращается из философской концепции в прагматическое направление бизнеса и может быть измерена в показателях экономической и социальной эффективности.

Переход к инновационной социально-ориентированной экономике требует пересмотра ответственности основных субъектов модернизации – государства, бизнеса, гражданского общества. Бизнес ответственен за осуществление социальных инвестиций, власть – за формирование необходимой инфраструктуры и мотивацию бизнеса, гражданское общество – за социальную активность. На региональном

уровне социальная ответственность бизнеса является стратегическим ресурсом, обеспечивающим решение важнейших задач социально-экономического развития. Механизм КСО выступает наиболее эффективным механизмом согласования интересов бизнеса, государства и общества, общим знаменателем которых выступает – обеспечение устойчивого развития региона.

### **Список литературы**

1. Бизнес как субъект социальной политики: должник, благодетель, партнер? / С.В. Шишкин [и др.]. - М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005. - 232 с.
2. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: возвращение к истокам // Российский журнал менеджмента. – №3. – 2006. – С. 186–190
3. Город и бизнес: формирование социальной ответственности российских компаний/ Под ред. М.И. Либоракиной. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2003
4. Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год / Под ред. С.Е. Литовченко – М.: Ассоциация Менеджеров, 2004 г. – 80 с.
5. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.ifap.ru/ofdocs/rus/rus006.pdf>
6. Медведев Д.А. «Россия, вперед!» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://kremlin.ru/news/5413>
7. Меморандум «О принципах корпоративной социальной ответственности». – М.: Ассоциация Менеджеров, 2006. – 18 с.
8. Нагорнов А.В. Солнцева М.С. Исследования социальной ответственности компании // Корпоративные финансы. - 2007. - № 2. – С. 112-132
9. Национальный доклад по корпоративному управлению. – М.: Национальный совет по корпоративному управлению, 2009
10. Петрунин Ю.Ю. Борисов В.К. Этика бизнеса: уч. пос. – М.: Дело, 2000. – С. 180
11. Савина Т.Н. Социально-экономическая ответственность бизнеса // Регионология. – 2007. – № 2. – С. 108-114
12. Стратегия 2020: Новая модель роста - новая социальная политика [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [kommersant.ru/content/pics/doc/doc1753934.pdf](http://kommersant.ru/content/pics/doc/doc1753934.pdf)
13. Толковый словарь русского языка. 80000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. – 4-е изд., доп. – М.: Азбуковник, 1997. – 944 с.

**TO THE QUESTION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
IN TERMS OF ECONOMIC MODERNIZATION**

J.M. Egorova

The Tver State University, Tver

The article considers the role of corporate social responsibility in the process of economic modernization in Russia. The development of ideas about corporate social responsibility in Russia is reviewed and the experience of enterprises in Tver region is given.

**Keywords:** *modernization, innovation, corporation, corporate social responsibility (CSR), sustainable development.*

*Об авторах:*

ЕГОРОВА Юлия Михайловна – соискатель кафедры менеджмента, младший научный сотрудник, «Тверской ИнноЦентр».