

Санкт-Петербургский государственный университет

ЕЛЕСОВА Анна Евгеньевна

Выпускная квалификационная работа

Корпоративная социальная ответственность в крупных российских компаниях: влияние социально-политических факторов на бизнес в России

Уровень образования: бакалавриат
Направление 41.03.04 «Политология»
Основная образовательная программа СВ.5027* «Политология»

Научный руководитель:
профессор кафедры российской политики,
доктор политических наук
Павроз Александр Васильевич

Рецензент:
доцент кафедры этнополитологии
кандидат политических наук
Никифоров Александр Андреевич

Санкт-Петербург
2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ.....	6
1.1 Базовые концепции корпоративной социальной ответственности в современной науке.....	6
1.2 История развития корпоративной социальной ответственности в России.....	16
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИЙ В ОБЛАСТИ КСО.....	31
2.1 Формирование и характеристика выборочной совокупности исследования.....	31
2.2 Описание метода исследования и выработка критериев.....	34
2.3 Социально-политические факторы в локальных нормативных актах российских компаний.....	37
2.4 Оценка степени влияния социально-политических факторов на социальную отчетность российских компаний: выводы и обобщения.....	56
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	61
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	64

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования заключается в том, что современная политическая теория и соответствующий ей политический процесс характеризуются возрастанием значимости взаимодействия между органами государственной власти, гражданским обществом и коммерческими компаниями в целях достижения единых социально-политических целей. Бизнес-сообщество все более отходит от классической трактовки рыночной экономики, согласно которой компания ограничивается лишь своей непосредственной коммерческой деятельностью. В текущих условиях компании берут на себя роль гражданского и политического актора – «корпоративного гражданина».

В США и странах Западной Европы крупные корпорации активно участвуют в филантропической деятельности, поддерживают некоммерческие организации, продвигают те или иные социально-политически инициативы, оказывающие влияние, в том числе, и на электоральный процесс. Эта деятельность определяется таким понятием как «корпоративная социальная ответственность» (КСО).

В Россию КСО приходит с определенной задержкой, вызванной необходимостью сформировать институты рыночной экономики и гражданского общества в короткий исторический период. Со стороны системы государственного управления возникает все больший интерес к регламентированию и регулированию социальной деятельности компаний. Эти процессы определяют актуальность темы выбранного исследования, в ходе которого анализируется влияние социально-политических факторов на российское бизнес-сообщество.

Цель исследования – проанализировать влияние социально-политических факторов на крупные российские компании в ходе реализации ими корпоративной социальной ответственности.

Для выполнения цели исследования были поставлены и последовательно решены следующие задачи:

- рассмотреть теоретические основы корпоративной социальной ответственности в современной науке;
- провести обзор истории становления КСО в России в ракурсе происходивших с 1991 года политических и общественных трансформаций;
- сформировать и охарактеризовать выборочную совокупность исследования – набор рассматриваемых компаний;
- описать метод исследования и выбрать критерии для его проведения;
- выявить социально-политические факторы в локальных нормативных актах российских компаний, отражающих их корпоративную социальную ответственность;
- оценить уровень влияния социально-политических факторов на деятельность рассматриваемых компаний.

Объектом исследования является сфера политико-экономических отношений в России.

Предметом исследования выступает политика социальной ответственности крупных российских корпораций.

Практическая значимость исследования обусловлена нехваткой прикладных исследований, затрагивающих российскую практику КСО, которая, в значительной степени, не охвачена социальными науками. Видится целесообразным расширение формирования практических наработок, которые в дальнейшем могут использоваться в формировании политической повестки со стороны органов государственной власти и других заинтересованных сторон (стейкхолдеров).

Теоретико-методологической основой исследования являются труды зарубежных и российских ученых – Ф.А. Хайека, Г. Боуэна, Ф. Абрамса, К.

Дэвиса, Т. Фрая, М. Фридмана, А. Кэролла, М. Хилда, К. Дэвиса, У. Фредерика, Туркина С.В., Ю.Е. Благова, Г.Л. Тульчинского, С.П. Перегудова, Е.А. Ореховой, О.А. Сайченко, А.А. Яковлева, А.В. Кузьмина и других.

Методы исследования. В работе применяются методы контент-анализа, такие как анализ по элементам, тематический анализ, структурный анализ, анализ взаимоотношения различных материалов, а также метод анализа классических текстов.

Структура работы. Исследование состоит из введения, двух глав, заключения и списка источников. Первая глава является теоретической, она состоит из двух параграфов, вторая глава является практической, она состоит из четырех параграфов.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

1.1 Базовые концепции корпоративной социальной ответственности в современной науке

Идея о том, что бизнес должен заниматься вопросами общества возникла вместе с самим бизнесом и государством. Ближневосточный правитель Хаммурапи уже в 1700 году до н.э. в Месопотамии принял законы, которые требовали смертной казни тех, чья деятельность привела к смерти человека.

Жизнь и деятельность Эндрю Карнеги, американского предпринимателя, сталепромышленника и филантропа, является показательным примером успеха в бизнесе и в то же время реализации своих социальных идеалов, а именно помощи наименее обеспеченным слоям населения. Карнеги разделил свою жизнь на два периода, сначала зарабатывая огромные суммы денег и строя империю «Юнайтед Стейтс Стил Корпорэйшн», а затем занимался образованием населения, созданием библиотек, финансированием университетов.

В XX веке проблемы объединения интересов бизнеса, государства и общества актуализировались. В 1920-30-е годы с появлением фашистского режима в Италии и национал-социалистического – в Германии, корпоративизм стал одним из главных элементов экономики. В США схожие проблемы в экономике ставились и по-своему решались в ходе реализации «нового курса» Ф. Рузвельта. Если в Италии и Германии предприятия стали напрямую согласовывать свою деятельность с органами государственной власти и соответствовать запросам общества, формируемым тоталитарным

государством, то в США проводилось более мягкое государственное планирование, без идеологической составляющей.

Период после 1945 года вызвал необходимость по-новому взглянуть на механизмы взаимоотношений между властью, бизнесом и обществом. Фашистский и нацистский опыт себя полностью дискредитировали, а «рузвельтианство» слабо акцентировало внимание на филантропических инициативах бизнес-сообщества и социальных инвестициях со стороны бизнеса, которые требовали своего концептуального оформления.

Данный параграф будет посвящен последним 70 годам существования корпоративной социальной ответственности (КСО), поскольку именно в этот период данная концепция формировалась как академическая дисциплина и одно из направлений деятельности бизнеса.

КСО как научная категория часто отвергалась как учеными, так и предпринимателями, но в конце концов была принята почти всеми участниками научного и бизнес-сообществ. Необходимо отметить, что идеи КСО сталкивались с критикой. Например, нобелевский лауреат экономических наук Милтон Фридман объяснял представителям бизнеса, которые в своей деятельности активно следуют принципам КСО: «Бизнес должен зарабатывать как можно больше денег, следуя основным правилам общества...».¹ Фридман отвергает идею о том, что на бизнесе и корпорациях лежит особая социальная ответственность, так как ответственность они несут исключительно перед своими акционерами, заботясь лишь о полной законности своих действий. Экономист считал, что обществу поможет скорее личная ответственность в осуществлении своих интересов, чем общественная деятельность.²

Представитель Австрийской экономической школы Фридрих Август фон Хайек, подразумевая индивидуализм высшей ценностью, полагал, что

¹ См.: Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits / M. Friedman // New York Times Magazine, 1970: 32–33 с.

² См.: Фридман. М. Капитализм и свобода / Фридман М. // Новое издательство М.: Новое издательство, 2006. – 240 с. С. 157

интересы отдельной компании могут быть выше интересов общества. Также каждая компания выбирает сама, как распорядиться выручкой и, конечно, бизнес не должен брать на себя функцию государства по удовлетворению запросов общества.³

Но в последние годы ожидания общества от бизнеса изменились: общество стало применять мягкое и жесткое право в отношении компаний, обращаться к политикам, а также к неправительственным организациям (НПО). Сегодня появляется новое понимание цели бизнеса, и КСО широко распространено и признается многими гражданами, союзами потребителей, учеными и самими предпринимателями.

КСО как новая область управленческих исследований, стала появляться в начале 1950-х годов и приобрела особое значение в 1990-х годах. КСО является сложным понятием для точного определения, в общих чертах оно характеризуется как «такое поведение бизнеса, которое направлено на решение социальных проблем в обществе, обычно не решаемых увеличением прибыли».⁴ Цель КСО – поиск и создание общественных благ. Основополагающее положение КСО направлено на получение прибыли при одновременном повышении качества жизни общества, особенно для наименее обеспеченных и ущемленных его слоев. Профессор кафедры этичного бизнеса университета Лозанны Гвидо Палаццо и заведующий кафедрой основ делового администрирования и теории фирм Университета Цюриха Андреас Георг Шерер, понимая сложность категории, определяют КСО как «зонтичный термин», так как тот включает в себя все обсуждения и взгляды о роли и ответственности бизнеса перед обществом и включают в него все дискуссии о роли и ответственности бизнеса перед

³ См.: Хайек Ф.А. Индивидуализм и экономический порядок / Ф.А. Хайек // М: Изограф: Начала-Фонд, 2000. – С. 287.

⁴ См.: Williams O. F. Corporate Social Responsibility. The role of business in sustainable development / O. F. Williams // Global Institutions Magazine, 2014. 5 с.

обществом, будь то в области деловой этики, теории заинтересованных лиц или бизнеса и общества.⁵

Значительную роль в становлении КСО как теоретической концепции сыграл рост экологического движения во второй половине XX века. Выяснилось, что прежние представления о деятельности бизнеса никак не согласуются с природоохранной деятельностью, которая не рассматривалась учеными как общественная реальность. Возникла необходимость поставить под контроль гражданского общества загрязнение природы со стороны промышленных предприятий. В свою очередь, бизнес сам пытался «оседлать экологическую волну», рассматривая заботу об экологии как возможность для повышения своей репутации. Экологическая составляющая и в наше время является одной из ключевых в мировой практике корпоративной социальной ответственности.

Другим историческим процессом, обусловившим развитие КСО в США и странах Западной Европы, стала «холодная война» с СССР. После 1945 наблюдался рост популярности левых движений на Западе, которые рассматривались политическим истеблишментом как агенты влияния внешнего противника. Остро встала задача «погасить» классовую борьбу в своих странах и сформировать идеологию, которая примиряла бы интересы наемных работников и владельцев бизнеса, и решала бы как экономические задачи бизнеса, стремящегося максимизировать прибыль, так и социальные проблемы работников предприятий.

Борьба за устранение противоречий между экономическими и социальными приоритетами и ценностями имеет долгую историю. Одним из первых ученых, который сформулировал ее суть в рамках деятельности бизнеса был Говард Ротман Боуэн. Своим трудом «Социальная ответственность бизнесмена» 1953 года Боуэн внес значительный вклад в изучении проблемы, так как раньше всех ученых заявил, что руководству

⁵ См.: Palazzo G., Scherer A. G., Toward a Political Conception of Corporate Social Responsibility: Business and Society Seen from a Habermasian Perspective / G. Palazzo, A. G. Scherer // Academy of Management Review 32, №4, 2007. 120 с.

компаний следует стремиться к тому, чтобы ценностные установки бизнеса соответствовали ценностям общества.⁶ Из-за образовавшейся власти крупного бизнеса должна была существовать и соответствующая ответственность за заботу об обществе. Сколько ответственности должен был взять на себя бизнес, остается открытым вопросом для Боуэна. Другим пионером в области теоретизации КСО был Теодор Крепс. Он видел текущее обсуждение КСО в отчетности компаний и социальном аудите. Крепс утверждал, что социальный аудит должен измерять прогресс компании по некоторым стандартным критериям социальной ответственности. Его курс в Стэнфорде, преподаваемый в 1931 году, предвидел многие из тем, обсуждаемых сегодня в поле изучения КСО.

Моррелл Хилд, профессор кафедры американских исследований в университете Кейс Вестерн Резерв, занимался исследованием деятельности бизнеса в области КСО с 1900 по 1960 год. В своих трудах он подчеркивает, что вопрос, который должен занимать ученых в этом поле звучит так: имеются ли какие-либо барьеры для осуществления добровольных и благотворительных действий и какую роль играет государство в КСО? Его книга «Социальная ответственность бизнеса», впервые опубликованная в 1970 году, перечисляет случаи, в которых компании делали в рамках программы рубрики КСО в период с 1900 по 1960 гг. Его книга была переиздана в 1988 году под названием «Социальная ответственность бизнеса: Компания и сообщество, 1900-1960».⁷

Большая часть исследований, проведенная вышеперечисленными учеными, посвящена вопросам роли бизнеса в обществе и была обусловлена наблюдением за тем, что в то время делали лидеры крупного бизнеса. Одним из заметных представителей крупного бизнеса был Фрэнк Абрамс, талантливый предприниматель и председатель совета директоров «Стандарт Нефть из Нью-Джерси» (сегодня ее называют «Эксон»), которая в конечном

⁶ См.: Bowen H.R. Social Responsibilities of the Businessman / H.R.Bowen // New York: Harper & Row, 1953.

⁷ См.: Heald M. The Social Responsibilities of Business: Company and Community 1900–1960. / M.Heald // New Brunswick, N.J.: Transaction Publishers, 1988.

итоге станет одной из крупнейших нефтяных компаний в мире. В статье 1951 года журнала *Harvard Business Review* Абрамс выдвинул ряд идей о гуманной цели бизнеса, образовании лидеров бизнеса, корпоративном гражданстве, лицензии на управление, создании ценностей для всех заинтересованных сторон и фундаментальной роли доверия к КСО и устойчивому развитию. Далее следуют некоторые положения Абрамса. Целью бизнеса Абрамс полагает работу не только на себя, но и на благо человечества...служение индивидуальным целям должно происходить путем отождествления их с общественным благом.⁸ Также в ведение коммерческой деятельности важно создание ценностей для всех заинтересованных сторон. Задачей профессионального управления является поддержка справедливого и эффективного баланса между требованиями различных заинтересованных групп: акционеров, сотрудников, клиентов и общественности в целом. Хорошо организованное предприятие должно, по мнению Абрамса, смотреть в будущее и иметь широкое социальное и политическое понимание процессов для принятия долгосрочных решений, занимаясь при этом обучением своих лидеров в этих вопросах. Абрамс вывел термин «корпоративное гражданство» – концепцию, в которой руководство играет роль добропорядочного гражданина, поскольку оно не может нормально функционировать в ожесточенном состоянии и несет позитивную обязанность работать на благо мирной атмосферы и взаимопонимания между людьми. Разрешение на управление заключается в публичном и государственном одобрении, в т.ч. правовом как средстве постоянного существования современного бизнеса, и является не менее важной составляющей, чем эффективное управление капиталом. Бизнес-управленцы должны заслужить доверие общества, чтобы внести более эффективный вклад в решение многих сложных социальных вопросов нашего времени.

⁸ Abrams F.W. Management's Responsibilities in a Complex World. / F.W. Abrams // *Harvard Business Review* 29, №3, 1951. 29–34 с.

После Абрамса в науке состоялось несколько исследований в области истории КСО, в том числе проведенные Ричардом Иллсом (1956 г.)⁹, Бенджамином М. Селекманом (1959 г.)¹⁰, Уильямом Фредериком (1960 г.)¹¹, Джозефом МакГиром (МакГуайр) (1963 г.)¹², Кларенсом Уолтоном (1967 г.)¹³.

А. Кэрролл, американский исследователь в сфере КСО, полагал, что фирма должна стремиться к получению прибыли, соблюдать закон, быть этичной и быть хорошим корпоративным гражданином.¹⁴ К 90-м годам А. Кэрроллом теория КСО была оформлена в виде многоуровневой пирамиды, включающей в себя следующие составляющие сверху-вниз: филантропическая деятельность (некоммерческая деятельность, добровольная поддержка в развитии общества), этическая ответственность (соответствие ожиданиям общества), правовая ответственность (необходимая для законного ведения бизнеса), экономическая ответственность (базовая функция компании).¹⁵

Кит Дэвис сформулировал положение, которое он затем назвал «железным законом ответственности».¹⁶ Его главный тезис состоит в том, что те, кто обладает властью и не использует свою ответственность в общественных целях, потеряет эту власть. Если организация имеет социальную силу, она также должна нести социальную ответственность. Если организация хочет сохранить свою репутацию как этичной, она должна добровольно взять на себя решение некоторых проблем общества, в которых она может быть компетентна. Раньше для крупной корпорации было

⁹ Eells R. *Corporate Giving in a Free Society* / R. Eells // New York: Harper & Brothers, 1956.

¹⁰ Selekman. B. M. *A Moral Philosophy for Business* / B. M. Selekman // New York: McGraw-Hill, 1959.

¹¹ Frederick W.C. *Corporation Be Good: The Story of Corporate Social Responsibility*. Indianapolis / W. C. Frederick // Ind.: Dog Ear Publishing, 2006.334 с.

¹² McGuire J. W. *Business and Society* / J. W. McGuire // New York: McGraw-Hill, 1963.

¹³ Walton C. C. *Corporate Social Responsibilities*. / C. C. Walton // Belmont, Calif.: Wadsworth, 1967.

¹⁴ Carroll A. B. *Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct*. / A. B. Carroll // *Business and society*, 1999. Vol. 38, №3. 268-295 с.

¹⁵ Carroll A.B. *A three-dimensional conceptual model of corporate performance* / A. B. Carroll// *Academy of Management Review*, 1979. – 4p.

¹⁶ Davis K. *Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities?* / K. Davis // *California Management Review*, 1960 70-76 p.

достаточно производить высокого качества продукты по справедливой цене, соблюдая при этом закон и этические обычаи. Этого было достаточно для того, чтобы компания была воспринята как законный участник рынка, но сегодня корпорации не могут быть удовлетворены таким положением. Компании стали эффективными, компетентными и, следовательно, богатыми и могущественными, и общество ожидает от них, что те отдадут часть своего времени и ресурсов для реализации социальных проектов. Здесь явно доминирует вопрос о размерах, поскольку экономическая мощь отдельных транснациональных корпораций зачастую превышает экономическую мощь многих национальных государств мира.

Клэрэнс Уолтон, академик, который служил деканом Колумбийского университета. Под руководством Клэрэнса Уолтона Колумбийская Бизнес-школа издала в 1967 году книгу под названием «Корпоративная социальная ответственность». В ней исследователями выдвинута мысль о том, что корпорация на самом деле настолько же «социально-политическая» единица, как и экономический субъект. Представленные в работе наблюдения за крупным бизнесом, привели Уолтона к выводу, что крупный бизнес «сознательно ставит интересы общества на уровень с личными интересами и, возможно, выше них». Он отметил, что просвещенный бизнес добровольно поддерживал высшее образование, искусство, городские проекты, профессиональное обучение, гражданские права и экологические вопросы. Многие идеи Уолтона нашли отражение в документе 1971 г. «Социальные обязанности коммерческих корпораций», опубликованные Комитетом экономического развития (Committee for Economic Development, CED).¹⁷ Во многих отношениях это было важным поворотом событий, так как CED является крупнейшей деловой организацией, объединяющей 200 топ-менеджеров высшего звена. Приняв данный документ, изменился социальный договор между бизнесом и обществом, так как он содержал в себе трехуровневую структуру КСО:

¹⁷ Committee for Economic Development, Social Responsibilities of Business Corporations New York: CED, 1971.

- внутренний круг связан с экономической функцией (товары, рабочие места и экономический рост);
- промежуточный круг, связанный с принятием новых социальных ценностей при сохранении экономической функции (экологические вопросы, кадровые вопросы и ожидания клиентов);
- внешний круг связан с тем, каким образом бизнес должен заниматься деятельностью улучшения социальной среды в обществе в целом (например, преодоление нищеты и внутренних городских проблем).

Документ CED 1971 года четко ориентирован на социальную ответственность и основан на просвещенных собственных интересах: чтобы процветание бизнеса было возможным, должно процветать также общество. Конец 1960-х годов принес с собой новый вид активности – гражданские права и потребительские, антивоенные, экологические акции, протесты против бедности и др. Документ 1971 года выдвинул идею превращения корпорации в социально-экономическую организацию на условиях нового общественного договора с обществом.

В 1979 году Комитет экономического развития выпустил новый документ с принципиально иной философией. Названный «Переопределение роли государства в рыночной системе», документ вернулся к традиционной позиции, что рыночная эффективность является наилучшим способом достижения социального прогресса. Нерыночная ориентация документа 1971 года, а особенно прописанный аспект социальной ответственности – не нашли отражения в заявлении 1979 года. Вместо того, чтобы расширять роль бизнеса в обществе, документ 1979 года был напоминанием о том, что переход к полностью разработанной концепции КСО только начался. Оба документа 1971 и 1979 годов дают достаточно доказательств того, что среди

лидеров бизнеса не было единого мнения о том, как лучше всего добиться прогресса в обществе.

В 2000 году ООН с целью поощрения социального ответственного бизнеса разработала 10 принципов, основанием для которых служили ранее принятые конвенции и декларации ООН, назвав это Глобальным договором (ГД ООН). Чтобы присоединиться, компании должны были договориться о включении всех 10 принципов, касающихся прав человека, трудовых отношений, охраны окружающей среды и борьбы с коррупцией, в свое стратегическое планирование.

По состоянию на сентябрь 2019 года уже более 9500 компаний в 160 странах стали подписантами. ООН пришла к наиболее эффективному способу привлечения критической массы компаний, необходимой для преодоления глобальных проблем и установления норм КСО всемирного масштаба для бизнеса многих стран.

Международный стандарт ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности» содержит следующее определение: КСО – «действия организации, позволяющие взять на себя ответственность за последствия своей деятельности для общества и окружающей среды, в которой эти действия: согласуются с интересами общества и устойчивого развития; осуществляются на основе этических норм, соответствия с действующим законодательством и межправительственными договорами; и интегрированы в текущую деятельность организации».¹⁸

Таким образом, концепция КСО зародилась в 1960-е годы как ответ на возрастающие запросы общества и государства, которые все более стремятся влиять на бизнес. В дальнейшем корпоративная социальная ответственность перешла из сугубо теоретической в практическую плоскость, став в 90-е годы общепринятой практикой для большинства крупных мировых компаний. Кроме того, корпоративная социальная ответственность была закреплена

¹⁸ ISO 26000: Социальная ответственность. Режим доступа: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>. Дата обращения: 31.03.2020.

основным международным политическим институтом – Организацией Объединенных Наций, в форме глобального договора ООН.

1.2 История развития корпоративной социальной ответственности в России

В российской политической и экономической науке концепция КСО появилась после распада СССР и активно развивалась в нулевые годы – годы стабилизации экономической системы России. Важным событием в этих процессах явилось принятие Российским союзом промышленников и предпринимателей «Социальной хартии российского бизнеса» в 2004 году. «Хартия» была позднее отредактирована в 2007 году и состояла из двух частей: 1) принципы ответственности деловой практики; 2) механизмы присоединения и участия.¹⁹ Документ представляет собой собрание принципов взаимодействия работников и предпринимателей, являющихся их работодателями, институтами власти и гражданским обществом.

Деловое объединение России «Ассоциация менеджеров», начиная с 2004 года, регулярно издает национальные доклады о социальных инвестициях, направленные на выработку мер в борьбе с проблемами делового сообщества. Последний доклад был опубликован в 2019 году, включает в себя общую информацию о подходах к КСО, переходе от КСО к корпоративной стратегии, управлении корпоративной социальной деятельностью. Также в докладе представлены индексы социальных инвестиций – количественного и качественного характера. Ассоциация

¹⁹ «Социальная хартия российского бизнеса» Российский союз промышленников и предпринимателей, 2008. Режим доступа: <http://rspp.ru/12/6273.pdf>. Дата обращения: 30.03.2020.

определяет КСО как «добровольный вклад частного сектора в общественное развитие через механизм социальных инвестиций»²⁰.

Основатель агентства «Социальных инвестиций» и специалист в области КСО С.В. Туркин в своей книге «Как выгодно быть добрым: сделайте свой бизнес социально ответственным» пишет, что КСО чаще всего включает в себя благотворительную деятельность бизнеса, не включающую корыстную и коммерческую составляющую, с целью социальной поддержки и защиты граждан, улучшения их материального положения, реабилитации безработных и инвалидов, оказания помощи населению в случаях экологических, стихийных катастроф, охраны окружающей среды, памятников культуры, исторического наследия и т.д.²¹ Туркин отмечает, что в понятие КСО включает все отношения с обществом в т.ч. взаимодействие с органами власти, неучастие в коррупции, работа с местными сообществами и предоставление в СМИ достоверной информации.

Доцент кафедры стратегического и международного менеджмента Высшей школы менеджмента СПбГУ Ю.Е. Благов дает следующее определение: «КСО – рациональный отклик компании на систему противоречивых ожиданий заинтересованных сторон, направленный на устойчивое развитие компании».²² Опираясь на вышеописанный подход Кэролла, Благов рассматривает КСО как концепцию устойчивого развития компании, что само по себе носит стратегический характер.²³ Благов выделяет следующие стратегические подходы к КСО в России²⁴:

- формально-юридическая трактовка социальной ответственности;
- корпоративный подход (социальная политика фирмы);
- социологический подход;

²⁰ Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год [текст] / под 60 общ. ред. С.Е. Литовченко. – М.: Ассоциация менеджеров, 2004. – 80 с.

²¹ См.: Туркин С.В. «Как выгодно быть добрым: Сделайте свой бизнес социально ответственным» С.В. Туркин, Альпина Паблишер, 2007. 381 с. С. 34.

²² Благов, Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление / Ю.Е. Благов // Российский журнал менеджмента. – 2004. – №3. – С 21.

²³ Там же.

²⁴ Там же.

- благотворительный подход;
- распределительный подход;
- технологический подход;
- территориальный подход.

Профессор, доктор философских наук, профессор Департамента прикладной политологии Высшей школы экономики Г.В. Тульчинский включает в КСО две формы – социальные инвестиции и социальное партнерство. Социальные инвестиции подразумевают собой вложение денежных ресурсов в решение социальных проблем и проблем компаний, касающихся общества в целом.²⁵ Социальное партнерство определено как проявление социальной ответственности в форме сотрудничества органов власти, бизнеса и организованной общественности по решению конкретных социальных проблем, способствующее консолидации общества, гармонизации интересов участников социально-экономического, политического и культурного развития.²⁶

В российской экономике новая бизнес философия и концепция корпоративной социальной ответственности появляется в нулевых годах. Развитие государственно-частного партнерства в России, корпоративного гражданства и взаимоотношений бизнеса с государством и некоммерческим сектором обусловила тенденцию и специфику формирования концепции корпоративной социальной ответственности.

Ученые и практики выделяют американскую, британскую и европейскую континентальные модели КСО.²⁷ Российская модель корпоративная модель сильно отличается от зарубежных моделей КСО, в том числе, в ракурсе влияния на нее социально-политических факторов.

²⁵ Тульчинский Г.Л. Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство: технологии и оценка эффективности. СПб: НИУ – ВШЭ. 2012.

²⁶ Там же.

²⁷ См.: Gell A. The Anthropology of Time: Cultural Constructions of Temporal Maps and Images. Oxford — Providence: Berg; 1992.

Роль политики в реализации корпоративной социальной ответственности, отличается в различных государствах. При оценке этих аспектов следует учитывать устоявшуюся систему традиций в обществе, моральные установки, культурные особенности, специфику гражданского общества. Упомянутый ранее Г.Л. Тульчинский выделяет два типа обществ, критерием которых является роль бизнеса в государстве.²⁸ «Холодное» общество характеризуется ситуацией, где остановлена конкуренция, бизнес уверен в своих правах, а КСО присутствует как институт лоббирования. В «горячем» - бизнес-сообщество руководствуется принципом здоровой конкуренции, отвечая на запросы общества и учитывая интересы граждан.

Анализируя институт лоббизма в российском обществе, в большей степени характеризуемом как «холодное», можно обратиться к исследованию американского ученого Тимоти Фрая 2000-2002 гг.²⁹ Изучая практику лоббирования компаний в 8 крупнейших российских городах, он заключил, что успешность лоббирования в России зависит от уровня власти и формы собственности фирмы, а также растет эффективность присоединения к бизнес-организациям и ассоциациям. Модель «захвата» власти бизнесом остается в прошлом или является характерной для олигархических структур или крупных финансово-промышленных группировок.

Исторически сложившаяся в российском государстве система благотворительности и социальной поддержки не привела к созданию основополагающих принципов и норм КСО, а также способов партнерского ведения бизнеса, характерных для стран, например, Евросоюза. Какие-либо изменения, в том числе, в процессе достижения социальной ответственности бизнеса, возлагаются гражданами на государство, сами же граждане не желают становиться инициаторами изменений.

²⁸ Тульчинский Г.Л. Политическая культура: учебное пособие для академического бакалавриата / Г. Л. Тульчинский [и др.]. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 326 с. — 167 С.

²⁹ Frye T. Capture or Exchange? Business Lobbying in Russia / T. Frye // Europe-Asia Studies, Vol. 54, No. 7, 2002. pp. 1017-1036.

В свою очередь, государство не спешит готовить соответствующую законодательную базу. С другой стороны, в условиях слабой развитости НКО и профсоюзов лишь возрастает роль политического фактора в распространении социальной ответственности бизнеса. В России сложилась ситуация, в которой крупный бизнес в значительной степени зависит не от рыночной конъюнктуры и спроса на товары компании со стороны массового потребителя, а от патронажа со стороны государственной власти, как федерального, так и регионального уровня. Это политизирует корпоративную социальную ответственность бизнеса, однако делает влияние политических факторов непубличными и неформальными.

Модели участия российского бизнеса в решении общественных задач, то есть реализации внешней социальной политики, О.А. Сайченко делит на две группы³⁰:

- 1) Модели социальных инвестиций, подразумевающие значительные инвестиции таких направлений как проведение различных конкурсов, стипендиальные программы, гранты, развитие местных сообществ.
- 2) Коммуникативные модели, подразумевающие внедрение норм КСО с принципиально более низкими затратами; эти проблемы подразумевают развитие диалога с местными органами власти и другими заинтересованными сторонами, для чего создаются такие структуры как координационные советы по социальному партнерству, структуры мониторинга воздействия компании на окружающую среду, а также органы, занимающиеся аудитом деятельности предприятия и предоставлением отчетности.

Важно отметить, что как в мировой, так и в российской практике КСО развивалось в ракурсе такого понятия, как «социальное партнерство», которое исторически возникло как способ разрешения противоречия между трудом и капиталом, как антитеза классовым конфликтам и революциям. Как

³⁰ Сайченко О.А. Корпоративная социальная ответственность: учеб. Пособие – СПб: изд-во Политехн. ун-та, 2013 – 100 с. С 64.

отмечает Е.А. Орехова, в структуре института социального партнерства имеются и определенные уровни взаимодействия, составляющие своего рода социальные подсистемы: власть (государственный сектор); бизнес (коммерческий сектор); некоммерческие организации, или некоммерческий сектор (НКО), а также отдельная личность или семья. Вследствие взаимодействия данных подсистем образуются их комбинации.³¹

Социальное партнерство представляет собой согласованную деятельность государства, бизнеса и общества с целью предотвращения конфликтов и согласования интересов. При этом ресурсы и возможности каждой из сторон различны, что усложняет реализацию социального партнерства. В России исторически велика роль государства – оно обладает как властными рычагами, так и обширными финансовыми ресурсами, а также имеет большую легитимность, чем общественные организации. Российская политическая специфика создает ситуацию, когда общественные организации (НКО), которые по своей сути должны воплощать интересы общества, имеют репутацию сомнительных акторов – сами граждане не доверяют общественным организациям, часто просто не знают об их существовании.

В итоге российское государство заставляет вести диалог и представителей бизнеса, и общественные организации, причем если компании в России имеют собственную ресурсную базу, устоявшуюся репутацию и представленные интересы, то общественные организации во многом «искусственно» появляются в системе социального партнерства, играя отчасти имитационную роль.

История КСО в России берет свое начало с ликвидации Советского Союза. В первые годы после распада СССР с 1991 по 1995 гг. в России только начинался процесс формирования предпринимательского сектора экономики. В экономике происходил процесс приватизации, формирования

³¹ Orekhova E.A. Social partnership in Russian realities: from theory to practice [Social'noepartnerstvo v rossijskikh realiyah: otteorii k praktike] / E.A. Orekhova, T.V. Romashkin // Science and Society. 2018. No. 1 (30). Pp. 17-23.

рынка, а область КСО в эти годы представлена только в первоначальной форме благотворительных фондов и программ.

Период с 1992 по 1993 гг. характеризуется разделением государственной собственности, особенно, в сырьевых и добывающих отраслях, в это время образовывались крупные добывающие компании федерального уровня.³² Благотворительная деятельность в тот период реализовывалась бизнес-субъектами вне корпоративной стратегии и не увязывалась как со стратегическими целями компании, так и ее сферой, в которой она действовала. В 1995 году был издан Закон «Об общественных объединениях», который в последствии явился основанием для юридического оформления некоммерческих организаций (НКО) в частности официальных благотворительных фондов.³³

С 1995 по 2000 гг. взаимодействие государства и бизнеса происходит недостаточно формализовано, в силу несовершенства нормативно-правовой базы – большую роль на том этапе развития КСО в стране играли личные связи, что являлось причиной роста коррумпированности системы. Государство теряет регулирующие функции, и в то же время усиливаются позиции лидеров крупных предприятий, накапливается их политический капитал. В данный период принимаются этические кодексы, которые касаются функционирования всех участников рынка. В 1995 году Торгово-промышленная палата России занялась развитием культуры ведения бизнеса и предпринимательской этики и сформировала проект «Российская деловая культура». Важную роль в развитии этического предпринимательства сыграли такие федеральные нормативные акты, как «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях»³⁴, «О некоммерческих организациях»³⁵.

³² Яковлев, А.А. Эволюция стратегий взаимодействия бизнеса и власти в российской экономике // Российский журнал менеджмента. – 2005. – Т. 3, № 1., с. 93

³³ См.: Федеральный закон от 19.05.1995 N 82-ФЗ (ред. от 31.01.2016) «Об общественных объединениях»

³⁴ См.: Федеральный закон от 11.08.1995 N 135-ФЗ (ред. от 05.05.2014) «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях»

³⁵ См.: Федеральный закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ (ред. от 30.03.2016) «О некоммерческих организациях»

В этот период заключаются первые трехсторонние соглашения между представителями власти, предпринимателями и профсоюзами. Организация «Федерация независимых профсоюзов России» была создана в 1990 году и уже в 1992 году стала подписантом Генерального соглашения между государством, работодателями и работниками, которое регулировало социально-трудовые отношения.

Так, в конце 90-х годов, создавая социальные отделы и программы, предприятия перешли к институционализации ответственного производства. Важным отличием социально-экономической трансформации является зарождение ответственного отношения компании к корпоративной системе и этике.

Значительным событием, открывшим эпоху становления новых принципов государственного регулирования бизнеса, стало заявление в 2000 г. В. Путина о восстановлении активной государственной роли в экономике, которая заключалась как в достижении равноудаленности бизнеса от государства, так и повышении прозрачности деятельности компаний.

В 2004 г. Российский Союз Промышленников и Предпринимателей (РСПП) выпустил отечественную версию модели социальной ответственности – Социальную хартию российского бизнеса.³⁶

Российский бизнес в середине «нулевых» отчетливо ставил цели выхода на мировые рынки, где необходимо соблюдать принятые там правила игры, следуя трендам внедрения КСО в свою деятельность. Именно это послужило стимулом к началу использованию практик КСО крупными российскими компаниями.³⁷

С середины до конца «нулевых» началось активное внедрение практик КСО, иницируемых бизнес-сообществом, а вопросы корпоративной социальной ответственности становятся востребованными в стране. При этом

³⁶ См.: Социальная хартия российского бизнеса. – М.: РСПП. 2004. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rspp.ru/simplepage/474>. Дата обращения: 28.03.2020.

³⁷ Перегудов С.П. Политическая система России в мировом контексте: институты и механизмы взаимодействия. М.: РОССПЭН, 2011, С. 66.

приоритетную роль в развитии корпоративной социальной ответственности играет крупный бизнес. Деловое сообщество проявляет интерес и инициативу в разработке стандартов КСО, регулярно проводит форумы, участвуя в них моделирует социальные обязательства предпринимателей перед российским обществом.

В сфере бизнеса появляется взаимодействие власти и бизнеса в рамках частно-государственного партнерства, которое по своей сути представляет объединение экономических и политических составляющих общественной жизни. В действительности происходила ситуация, когда государственная власть выступала как монополист, определяющий цели и задачи, к которым приспосабливался бизнес, реагировала только как на производителя ресурсов. Сложившиеся взаимоотношения между органами государственной власти и бизнес-сообществом указывают на появление политической дистанции, которая нарушила идеологию партнерства, изначально присущую КСО.

Начало нового этапа в развитии корпоративной социальной ответственности можно условно принять после кризиса 2008–2009 гг. и по настоящее время. В это время начинает активно развиваться новое явление для ведения партнерских позиций государственных органов с бизнесом – корпоративное гражданство. Корпоративное гражданство – модель ответственного общественного поведения компании, нацеленного на ее системное взаимодействие с другими социальными институтами.³⁸ Корпоративное гражданство – более высокая стадия взаимодействия общества и компаний. Корпоративное гражданство часто используется в качестве синонима КСО, но его основной акцент делается на правах и обязанностях компании как части общества и используется по аналогии с индивидуальным гражданством.

³⁸ Carroll A. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders // Business Horizons. 1991. July August. P. 42

Серьезной проверкой на финансовую устойчивость бизнеса для компаний явился экономический перелом 2008-2009 гг., который подтолкнул значительную часть компаний пересмотреть свои взгляды на социальные вопросы и отношение к участию в социальных программах. Компании пришли к выводу, что решение социальных проблем и принятие социальных проектов также подвергаются проверке на эффективность, не имея под собой коммерческой основы. Поэтому время, когда корпоративный сектор запускал масштабные социальные проекты без определенного плана и понимания ожидаемого эффекта, прошло, наступила эра подсчета эффективности социальных программ.³⁹ Необходимо отметить важность роли в утверждении принципов корпоративного управления регулирующих органов. Данные участники занимаются внедрением культуры корпоративного управления, организовывая для этой задачи широкую образовательную кампанию, используя специально разработанные принципы необходимой практики корпоративного управления в стране.

В октябре 2010 г. публикуется Международный стандарт ISO (International Organization for Standardization) 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности» (ISO 26000:2010 «Guidance on social responsibility»), который является первым в сфере социально-экономического регулирования. В свою очередь Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП) разработал рекомендации и руководство по внедрения в компаниях ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности».⁴⁰

В основном, крупные нефтяные компании, имея благоприятные условия в период с 2005 по 2008 в условиях роста цен на нефть, и положили начало к регламентированию корпоративной социальной ответственности в

³⁹ Кузьмин, А.В. Формирование концепции корпоративного гражданства в России // Российское предпринимательство. 2013. № 21 (243). С. 108–115.

⁴⁰ Рекомендации для компаний по проведению самооценки организации деятельности компании в соответствии с принципами социальной ответственности на основе положений международного стандарта ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности» Режим доступа: <http://www.rsp.ru/download/7e1407e11ca753d37c18fc9541a17175/>. Дата обращения: 11.04.2020.

локальных документах и программах. Большинство социальных программ крупных развивающихся предприятий было направлено на поддержку и стимулирование работников компаний и развитие местного сообщества. Например, компания ОАО «Лукойл» разработала и приняла «Социальный кодекс» для руководства своей деятельностью.⁴¹ Кодекс предусматривает права и гарантии работников предприятия, а также обязанности компании участия ее в общественной жизни, включая деятельность по охране природы, поддержки науки и образования, культуры, физкультуры и спорта. Компания стремится к балансу экологического и экономического развития, и стабильности в регионах. В 2007 году ОАО «ГМК Норильский никель» разработал основные направления стратегического развития до 2020 года, в котором приоритетными векторами развития были: развитие персонала и его мотивация, обеспечение социальной стабильности в коллективах предприятий и регионах присутствия.

Доклад о социальных инвестициях в России-2008, подготовленном Ассоциацией Менеджеров в рамках проекта Программы развития ООН по продвижению Глобального договора при участии Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета, содержатся основные выводы, прослеженные в ходе осуществления компаниями политики КСО.⁴²

Государство как субъект экономических отношений имеет главенствующую роль в российской практике КСО, взаимодействия с бизнесом в формате “предложений, от которых нельзя отказаться”. В свою очередь бизнес, сдерживаемый твердым госрегулированием, довлеет над профсоюзами и общественным объединениями. Структура российской КСО является пирамидальной, иерархической, в результате чего партнерство деформировано, при этом государство хотя и является главным участником

⁴¹ Социальный кодекс ОАО «Лукойл» Режим доступа: <https://lukoil.ru/Responsibility/SocialPartnership/SocialCodeofPJSCLUKOIL/socialcodehtmlversion>. Дата обращения: 1.04.2020.

⁴² Доклад о социальных инвестициях в России – 2008 / Ю. Е. Благов (и др.); под общ. ред. Ю. Е. Благова, С. Е. Литовченко, Е. А. Ивановой. – М.: Ассоциация Менеджеров, 2008. – 92 с.

таких взаимоотношений во многом занято достижением собственных институциональных задач, сохранением за собой функции регулирования, а не поддержанием высокого уровня корпоративной социальной ответственности.

В «Докладе о социальных инвестициях в России» от 2019 года отмечается, что современное состояние КСО ведущих российских компаний по-прежнему характеризуется наличием устойчивой группы компаний-лидеров, в целом соответствующих лучшим мировым образцам корпоративной социальной деятельности, при относительно медленном процессе интеграции принципов КСО и устойчивого развития в корпоративную стратегию.⁴³

Следует отметить, что корпоративная социальная ответственность в России является прерогативой крупного бизнеса. Это объясняется тремя факторами:

1. Российский крупный бизнес в наибольшей степени заинтересован в интеграции в глобальную экономику, что обуславливает необходимость следования стандартам международной отчетности и целям устойчивого развития ООН. Следование принципам корпоративной социальной ответственности является своеобразным «кодом доступа» к международным рынкам.
2. Крупный российский бизнес в значительной степени представляют собой предприятия, чья структура собственников формировалась в ходе приватизации 90-х годов, когда многие государственные предприятия стали полностью или отчасти частными. Три крупнейших по выручке бизнес-актива России, согласно рейтингу РБК⁴⁴, «Газпром», «Лукойл» и «Роснефть», представляют собой нефтегазовые компании, использующие советское промышленное наследие, при этом ни одно из этих предприятий не является

⁴³ Доклад о социальных инвестициях в России – 2019 / Ю.Е. Благов, А.А. Петрова-Савченко (и др); под общ. Ред. Ю.Е. Благова. – М. Ассоциация Менеджеров, 2019. – 62 с.

⁴⁴ Рейтинг РБК 500 Режим доступа: <https://www.rbc.ru/rbc500/>. Дата обращения: 29.04.2020.

полностью государственным.

Такая ситуация неоднозначно воспринимается в обществе. Согласно ВЦИОМ, большинство россиян (73%) считает, что итоги проведенной 25 лет назад приватизации носят негативный характер.⁴⁵ В этих условиях видится не очевидной легитимность деятельности компаний такого рода в общественном сознании. Данная ситуация вызывает необходимость в проведении социальной политики компаниями-лидерами, реализации благотворительных, образовательных, спортивных инициатив, что должно скорректировать восприятие бизнеса со стороны социума. Российская специфика КСО состоит в том, что многие общественные инициативы крупного бизнеса реализуются при негласном дирижировании со стороны органов государственной власти. Государство побуждает крупные предприятия быть социально ответственными и поддерживать государственные инициативы. В свою очередь, участие в таких инициативах рассматривается бизнесом как лоббизм, возможность продвижения своих интересов в органах государственной власти.

«Ассоциация менеджеров России» подготовила ряд рекомендаций для органов государственной власти по развитию корпоративной социальной ответственности в России. Обобщив их, можно понять, каким образом социально-политические факторы должны проявляться в социальной деятельности российских компаний.

Во-первых, эксперты приветствуют расширение диалога власти с бизнесом на предмет диагностики социально-экономических проблем развития страны и нацеливания на их решение в контексте как национальных проектов России, так и целей устойчивого развития ООН. Для корпоративной социальной деятельности компаний важна трактовка глобальных и национальных социально-политических установок как непротиворечивых, не вступающих в противоречие друг с другом. В мировых практиках КСО не

⁴⁵ Доклад о социальных инвестициях в России — 2019: к трансформации бизнеса в интересах устойчивого развития / Ю.Е.Благов, А.А.Петрова-Савченко; под общ. ред. Ю.Е. Благова. М.: Ассоциация Менеджеров, 2020

приветствуется антагонизм, противопоставление целей одних акторов целей другим, а предполагается поиск разделяемых всеми общественными проблемами и их совместное решение. Следовательно, возможные или потенциальные политические противоречия между ориентирами российской государственной власти и наднациональных структур вообще не рассматриваются бизнесом, само наличие таких противоречий является в теории и практике КСО практически табуированной темой.

Во-вторых, корпоративную социальную ответственность необходимо развивать через усиление роли институтов гражданского общества и активного вовлечения граждан в решение социальных проблем. Предпочтительно усиления связки «бизнес-государство-НКО», когда к социальной деятельности привлекаются как равноправные партнеры общественные организации, роль которых на данный момент в России недостаточно велика по сравнению со странами Западной Европы. Российские НКО на данный момент практически исключены из политической деятельности, их политика никак не влияет на электоральные процессы и не видится значимой с точки зрения политики органов государственной власти. Повышение роли некоммерческих организаций в политической жизни будет означать и более плотное их участие в реализации социально-ответственных практик со стороны российского бизнеса.

В-третьих, развитие КСО должно строиться через создание институциональных предпосылок для социально-ответственного ведения бизнеса, что возможно достичь через усиление релевантного законодательства, прежде всего в области расширения и унификации социальной отчетности. Мировая практика корпоративной социальной ответственности базируется на унифицированных стандартах социальной деятельности компаний, в том числе, в рамках стандарта ИСО 26000:1000. Компании, следующие единой отчетности, более прозрачны и их социальные проекты лучше диагностируются и оцениваются со стороны гражданского общества. Это усиливает участие бизнеса в решении социально-

политических задач, формируемых социумом, поскольку общественная деятельность бизнес-субъектов становится открытой – в результате этого становится возможным оценить, решает ли компания проблемы, реально стоящие перед обществом, либо же задает собственную повестку, не согласованную с интересами заинтересованных сторон.

Таким образом, перспективы развития концепции КСО в российской науке имеют большой потенциал и зависят от степени понимания ответственности бизнеса перед обществом и взаимодействия его с политической системой России. Российская модель КСО складывалась под влиянием как экономических, так и политических факторов, а российский бизнес развивается в соответствии с мировыми тенденциями. Корпоративная социальная ответственность в нашей стране развивалась в соответствии с общественными и социально-политическими процессами в стране. Начиная с первых неструктурированных проявлений в начале 90-х годов, в период становления рыночной экономики, через первую половину «нулевых», в которых была провозглашена удаленность бизнеса от политического лоббирования при незыблемости прав частной собственности, к активному встраиванию лидирующих российских компаний в глобальную экономику в «десятые».

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИЙ В ОБЛАСТИ КСО

2.1 Формирование и характеристика выборочной совокупности исследования

Исходя из цели исследования, необходимо проанализировать роль социально-политических факторов в социальных отчетах крупнейших российских компаний. Выборочная совокупность состоит из десяти компаний-лидеров по объему выручки за 2018 год:

- ПАО «Газпром»
- ПАО «Лукойл»
- ПАО «Роснефть»
- ПАО «Сбербанк»
- ОАО «РЖД»
- ПАО «Сургутнефтегаз»
- «X5 RetailGroup»
- ПАО «ВТБ»
- ПАО «Магнит»
- Госкорпорация «Росатом»

Рейтинг РБК составлен на основе данных за финансовый год с 1 января 2018 года по 1 января 2019 года. Данные за последующий финансовый год на портале РБК и других аналогичных ресурсах отсутствуют.

В рамках выбранных компаний были рассмотрены локальные нормативные акты, отражающие социальную политику организаций, такие как социальные и экологические отчеты, отчеты в области устойчивого

развития, политики в области устойчивого развития, социальные кодексы, годовые отчеты (разделы, содержащие КСО).

Устойчивое развитие – это термин, часто используемый сегодня компаниями для обсуждения своей деятельности в области КСО. Устойчивое развитие фокусируется на следующем аспекте: долгосрочный вклад бизнеса в развитие общества и влияние этого фактора на будущие поколения. Инициатива ООН по принятию Глобального Договора, декларирующего поощрения бизнеса в достижении ответственного производства была утверждена в 2000 году. 17 целей устойчивого развития утверждены главами государств и правительств в ходе Саммита ООН по устойчивому развитию на полях 70-й юбилейной сессии Генеральной ассамблеи Организации Объединенных Наций. Повестка ООН в отношении устойчивого развития строится на совершенствовании политики в соответствии с человеком и природой, с целью формирования гуманной экономики, основанной на единстве экономических и социальных факторов, с учетом ограниченности ресурсов.

Экологическая тематика является важной составной частью современных практик КСО. Поэтому многие компании как включают экологические аспекты в социальные отчеты, так и составляют отдельные экологические отчеты. Современная социально-политическая повестка активно следует за экологическим трендом. 2017 год был объявлен годом экологии в России, в 2018 году был разработан Национальный проект «Экология». В общественном, информационном и культурном пространстве процветают дискуссии об экологической ситуации в России, обсуждаются законодательные инициативы и коррективы. Улучшение экологической повестки стало не только ответственностью государства и граждан, но и бизнеса, так как многие предприятия были вынуждены модернизировать свои производства, минимизировать урон, наносимый окружающей среде. Деятельность предприятий в экологической сфере может заключаться в сохранении климата, правильной утилизации и сокращении отходов.

Из массива документов отобранных компаний были выбраны следующие локальные акты:

1. Отчет группы «Газпром» о деятельности в области устойчивого развития за 2018 г.
2. Экологический отчет ПАО «Газпром» за 2018 г.
3. Отчет о деятельности в области устойчивого развития «Лукойл» за 2017 г.
4. Социальный кодекс ПАО «Лукойл» от 2017 г.
5. Отчет в области устойчивого развития ПАО «Роснефть» за 2018 г.
6. Вклад ПАО «Роснефть» в реализацию целей ООН в области устойчивого развития 2019 г.
7. КСО-отчет ПАО «Сбербанк» за 2015 г.
8. Годовой отчет ПАО «Сбербанк» за 2019 г.
9. Отчет о деятельности в области устойчивого развития ПАО «РЖД» за 2018 г.
10. Раздел «Социальная ответственность» в годовом отчете ПАО «Сургутнефтегаз» за 2018 г.
11. Отчет об устойчивом развитии «X5 Retail Group» за 2018 г.
12. Отчет об устойчивом развитии ОАО «ВТБ» за 2018 г.
13. Раздел «Основные аспекты социальной и экологической политики» в годовом отчете ПАО «Магнит» за 2017 г.
14. Экологическая политика Госкорпорации «Росатом» и ее организаций
15. Социальная политика Госкорпорации «Росатом» и ее организаций от 2018 г.

Таким образом, в выборочную совокупность исследования вошли 10 компаний, лидирующих по объему выручки, из массива документов выбраны для анализа 15 локальных нормативных актов.

2.2 Описание метода исследования и выработка критериев

В соответствии с целью исследования необходимо выбрать федеральный нормативный акт, в котором закреплены приоритетные направления развития страны. Наиболее целостно эти направления рассмотрены в Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. Концепция была утверждена 17 ноября 2008 года на основе Стратегии 2020, начало разработки которой было инициировано В. Путиным в 2006 году. Разработка документа осуществлялась экспертами из НИУ ВШЭ и РАНХиГС и ранее Минэкономразвития. Идеей документа стало повышение эффективности сложившейся рыночной системы, правовых и экономических институтов, итогом изменений должно быть восстановление России как мировой державы.

По причине мирового финансового кризиса 2008 года Стратегия, по мнению некоторых экспертов, включая ее разработчиков, потеряла свою актуальность, и ее задачи стали невозможными для реализации. Однако новый документ не был разработан, а обновления старой Стратегии не последовало.

Целью разработанной Концепции было определение путей и способов обеспечения в долгосрочной перспективе устойчивого повышения благосостояния российских граждан, национальной безопасности, динамичного развития экономики, укрепления позиций России в мировом сообществе.⁴⁶

В ходе исследования Концепции были отобраны разделы, отражающие ее социально-политическую составляющую, который выступают в качестве критериев в рамках целей исследования:

1. Развитие человеческого потенциала (раздел III Концепции).

⁴⁶ Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р (ред. от 28.09.2018) Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года

Согласно Концепции, развитие человеческого потенциала системные преобразования, направленные на повышение конкурентоспособности кадрового потенциала, рабочей силы и социальных секторов экономики, а также улучшающие качество социальной среды и условий жизни людей и культуры труда.

В рамках критерия 1 (раздела III Концепции) также выбраны соответствующие подкритерии, согласно рассматриваемому разделу:

- 1.1. Демографическая политика и политика народосбережения
- 1.2. Развитие здравоохранения
- 1.3. Развитие физической культуры и спорта
- 1.4. Развитие образования
- 1.5. Развитие культуры и СМИ
- 1.6. Развитие рынка труда
- 1.7. Повышение доступности жилья
- 1.8. Развитие социальных институтов и социальная политика
- 1.9. Молодежная политика
- 1.10. Развитие пенсионной системы
- 1.11. Экономическая безопасность экономики и экология

человека

2. Развитие экономических институтов и поддержание макроэкономической стабильности (в том числе, борьба с коррупцией) (раздел IV Концепции).

Этот критерий, среди прочего, включает в себя антикоррупционную деятельность российских компаний, которую они проводят внутри своих организаций.

3. Повышение национальной конкурентоспособности (раздел V Концепции)

В разделе Концепции, определяющем этот критерий, приводится детализация отраслей, которые являются стратегически важными для развития страны и реализации ее социально-политических приоритетов.

Складывается ситуация, согласно которой отнесение крупного бизнеса к стратегически важным отраслям само по себе отражает его социально-политическую роль и значимость для государственной политики Российской Федерации.

4. Внешнеэкономическая политика (раздел VI Концепции)

Согласно Концепции, усиление влияния мировой экономики на социально-экономическое развитие России будет происходить на фоне ужесточения глобальной конкуренции, повышения роли инновационных факторов развития в государствах-лидерах и перестройки мирового экономического порядка.

Данный критерий отражает, принимает ли участие российский бизнес в реализации внешнеполитической деятельности Российской Федерации, согласно отчетности.

5. Региональное развитие (раздел VII Концепции).

В Концепции содержатся положения, в которых государственная региональная политика направлена на обеспечение сбалансированного социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, сокращение уровня межрегиональной дифференциации в социально-экономическом состоянии регионов и качестве жизни.

Таким образом, для проведения исследования выбраны пять критериев, являющиеся разделами Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. Один из критериев разделен на 11 подкритериев. Для исследования будут применены методы контент-анализа, такие как анализ по элементам, тематический анализ, структурный анализ, анализ взаимоотношения различных материалов.

2.3 Социально-политические факторы в локальных нормативных актах российских компаний

Выделенная выборочная совокупность рассматривается с позиции наличия того или иного социально-политического критерия или подкритерия, выделенных на основании Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, в социальной отчетности компании в Таблице 1.

Знак «+» означает, что в рассматриваемых локальных нормативных актах данный критерий или подкритерий присутствует и имеет количественные данные, отражающие степень выполнения компанией социальных обязательств по этому направлению, а также наличие конкретных примеров и наименований мероприятий, свидетельствующих о наличии данного критерия.

Знак «+/-» означает, что в рассматриваемых локальных нормативных актах данный критерий или подкритерий присутствует, однако отсутствуют количественные данные или конкретные примеры, отражающие степень выполнения компанией социальных обязательств по этому направлению, то есть компания заявляет о социальных приоритетах, однако они обозначены абстрактно, без детализации, которая могла бы позволить оценить значимость проделанной работы.

Знак «-» означает, что в рассматриваемых локальных нормативных актах данный критерий или подкритерий отсутствует, в отчетах не указаны конкретных примеров, количественных данных и отсутствуют данные о проведенных мероприятиях. Наличие данного знака не означает, что компания не осуществляет данный критерий или подкритерий. Данный критерий или подкритерий может быть представлен иным способом, например, в качестве раздела на официальном сайте компании.

Таблица 1

Критерии	Газпром	Лукойл	Роснефть	Сбербанк	РЖД	Сургутнефтегаз	X5 Retail Group	ВТБ	Магнит	Росатом
Раздел III. Развитие человеческого потенциала										
Демографическая политика и политика народосбережения	-	-	-	+/-	-	-	-	+/-	-	-
Развитие здравоохранения	-	-	+	-	-	-	-	+	-	-
Развитие физической культуры и спорта	+	+	+/-	+	-	+	-	+	-	+
Развитие образования	+	+	+	+	-	+	-	+	+	+
Развитие культуры и СМИ	+	-	+	+	-	-	-	+	-	+
Развитие рынка труда	+	+	+	+/-	-	-	+	-	+	-
Повышение доступности жилья	-	-	+	+/-	-	-	-	+/-	-	-
Развитие социальных институтов и социальная политика (в том числе, благотворительность)	+	+	+	+	-	+/-	+	+	+/-	+
Молодежная политика	+	+	-	-	-	-	-	+	-	-
Развитие пенсионной системы	-	+/-	+/-	+	+/-	+	-	+	-	-
Экологическая безопасность экономики и экология человека	+	+	+	+	+	+	+	+	+/-	+
Раздел IV. Развитие экономических институтов и поддержание макроэкономической стабильности (в том числе, борьба с коррупцией)	+/-	+/-	-	+	-	-	+/-	+/-	+/-	+
Раздел V. Повышение национальной конкурентоспособности	+	+	+	+	+	+	-	+	-	+
Раздел VI. Внешнеэкономическая политика	+	+	-	+	-	-	-	+	+/-	+
Раздел VII. Региональное развитие	+	+	+	+	-	+	+/-	+	+/-	+

ПАО «Газпром»

Отчет группы «Газпром» о деятельности в области устойчивого развития вышел в 2018 году. Учитывая тот факт, что аналогичные документы других крупнейших российских компаний, в большинстве своем, вышли раньше, можно сказать, что «Газпром» уделяет высокое внимание актуальности данных своей социальной отчетности. Сам отчет включает в себя 208 страниц – он отличается высокой детализацией и широтой представленной информации.

Социально-политические факторы отражены в нем на достаточно высоком уровне, что обусловлено, в том числе, тем, что держателем контрольного пакета акций является государство.

Как и большинство крупных компаний, «Газпром» обеспечивает непрерывное корпоративное профессиональное обучение, разрабатывает соответствующие программы как для рабочих, так и для специалистов и руководителей. Работники обучаются в течение всей профессиональной деятельности по специальным образовательным программам.

Образовательные проекты «Газпрома» нацелены не только на работников компании, но и на внешнюю среду. В частности, существует система опорных вузов ПАО «Газпром». В 2018 г. в их число был включен Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого.

ПАО «Газпром» также реализует социально-политическую составляющую, поддерживая региональное развитие. Так «Газпром нефть» в 2018 г. направила 6,8 млрд руб. на поддержку более 200 проектов по программе «Родные города». В рамках достигнутых социально-экономических соглашений с правительствами субъектов Российской Федерации финансирование социальных проектов со стороны «Газпром нефти» в 2018 г. составило 4,2 млрд руб.

Данные финансовые средства были направлены на такие цели, как создание скверов, ремонт школ и детских садов, а также библиотек,

строительство жилых домов и спортивных объектов на территориях, где присутствуют структуры «Газпром нефти».

Также компания реализует такую социально-политическую задачу как поддержание рынка труда, то есть обеспечение эффективной занятости населения. В Отчете сообщается, что данной деятельностью занимается, в том числе, «Газпром энергохолдинг» – он нацелен на создание новых рабочих мест в регионах присутствия при развитии существующих энергообъектов и строительстве новых. В Отчете отмечено, что «Газпром энергохолдинг», взаимодействуя с учебными заведениями в регионах Российской Федерации, повышает уровень знаний работников, организует производственную и преддипломную практику для учащихся. Аналогичной деятельностью занимаются и другие дочерние компании ПАО «Газпром».

ПАО «Газпром» известно своей деятельностью по поддержке спорта, что также отражено в Отчете. В частности, компания организует продвижение своих спортивных проектов, проводит различную работу с футбольными фанатами в сети Интернет, в том числе в социальных сетях, а также на специализированной виртуальной площадке на сайте gazprom-football.com.

Экологический отчет ПАО «Газпром» за 2018 год включает 92 страницы. В Отчете представлена информация о деятельности компаний Группы «Газпром» в области охраны окружающей среды (ООС) в 2018 г. Экологический отчет компании отличается завершенностью, он детально описывает подкритерий «Экологическая безопасность экономики и экология человека». Также он включает в себя критерий «Внешнеэкономическая политика», поскольку описывает природоохранную деятельность «Газпрома» в государствах, где присутствует компания.

В настоящее время компания осуществляет свою деятельность в 14 странах ближнего и дальнего зарубежья, таких как Армения, Белоруссия, Киргизия, Бангладеш, Вьетнам, способствуя экономическому развитию и упрочению энергетического потенциала своих партнеров. Стоит отметить,

что Экологический отчет, описывая присутствие компании в различных странах, рассматривает соблюдение экологических стандартов и минимизацию выбросов как социальную деятельность, в то время как информации о каких-либо иных социальных инициативах в странах присутствия в Экологическом отчете «Газпрома» не содержится, в отличие, например, от отчетности компании «Лукойл».

ПАО «Лукойл»

Отчет ПАО «Лукойл» о деятельности в области устойчивого развития за 2017 год является восьмым отчетом с 2005 года и состоит из 52 страниц. Отчет заверен в Совете по нефинансовой отчетности РСПП и разработан с ориентацией на цели ГД ООН и Социальной хартии российского бизнеса.

Наши генерирующие и распределительные энергетические активы снабжают тепловой и электрической энергией внешних потребителей (коммерческая генерация) и собственные предприятия «Лукойла» (обеспечивающая генерация).

Как и большинство крупных российских компаний, «Лукойл» уделяет внимание экологическим проблемам, что соответствует социально-политическим установкам, определенным органами власти. Так, в 2017 году в Волгограде компанией была построена солнечная электростанция, которая обеспечит ежегодную выработку более 10 млн кВт-ч электроэнергии и будет способствовать предотвращению выбросов парниковых газов.

Компания заявляет, что в сфере ее интересов находятся современные направления развития ТЭК, включая возобновляемую энергетику. Согласно отчету, «Лукойл» располагает объектами солнечной и ветрогенерации (в Болгарии и Румынии), а также гидрогенерации (в России).

В рамках подготовки к проведению Года экологии Правительство РФ утвердило общероссийский План основных природоохранных мероприятий. Ряд мероприятий «Лукойла» был включен в этот документ и в трехстороннее соглашение о взаимодействии в рамках Года экологии между Министерством

природных ресурсов и экологии РФ, Росприроднадзором и компанией «Лукойл».

Отчет о деятельности ПАО о деятельности в области устойчивого развития сообщает, что в каждом регионе присутствия «Лукойла» обеспечивается соблюдение прав человека, включая отказ от использования детского и принудительного труда. Учитывая различие норм трудового права в разных странах, компания стремимся к снижению рисков нарушения прав человека, в том числе путем установления единых политик и стандартов деятельности.

В Отчете присутствует и внешнеполитическая составляющая. Так, компания оказывает поддержку тем странам, в которых осуществляет свою деятельность, например, обеспечивает доступ к свежей воде жителей Ирака и Узбекистана. Компания организует спортивные мероприятия для своих работников, занимается их профессиональным образованием.

Немаловажно то, что ПАО занимается обучением не только своих сотрудников, но и направляет усилия на общество, в целом. С 2000 года она оказывает поддержку перспективных студентов, молодых преподавателей и мастеров производственного обучения, предоставляя именные стипендии и гранты. В 2017 году стипендиальная программа охватывала 11 вузов, 4 колледжа и 1 гимназию в России.

Социальный кодекс ПАО «Лукойл» содержит 20 страниц. Разделы этого кодекса, в целом, соответствуют данным Отчета о деятельности ПАО о деятельности в области устойчивого развития, однако обладает меньшей детализацией. Среди социально-политических критериев, которые мы рассматриваем в ходе исследования, отсутствующих при этом в Отчете, можно выделить «Развитие пенсионной системы», присутствующий в Социальном кодексе компании. В Социальном кодексе ПАО «Лукойл» также присутствуют обязательства в отношении сохранения национально-культурной самобытности народов, проживающих в регионах деятельности предприятий ПАО.

ПАО «Роснефть»

Последний отчет в области устойчивого развития ПАО «Роснефть» был выпущен в 2018 году и декларирует пять основных направлений социальной политике в соответствии с приоритетами ООН. Отчет включает 153 страницы. Также «Роснефть» выпустила отдельный отчет под названием «Роснефть: вклад в реализацию целей ООН в области устойчивого развития», вышедший в 2019 году, он включает в себя 43 страницы. Структура этого отчета соответствует целям устойчивого развития ООН, что определяется желанием компании руководствоваться принципами глобальных политических институтов.

Среди отличительных черт Отчета «Роснефти» – акцент на поддержке медицины. Так, в феврале 2018 года в Геленджике компанией был открыт многопрофильный медицинский центр, услуги которого доступны для жителей Краснодарского края.

Еще одно направление деятельности «Роснефти» – поддержка малых народов севера, что соответствует социально-политическому подкритерию «Развитие культуры и СМИ», а так критерию «Региональное развитие» и напоминает аналогичные проекты ПАО «Лукойл».

Характерной особенностью отчет в области устойчивого развития ПАО «Роснефть», отличающей его от аналогичных документов «Газпрома» и «Лукойла» является отсутствие внешнеполитической составляющей. Какой-либо информации о реализации общественно значимых проектов в регионах присутствия компании в Отчете «Роснефти» нет.

ПАО «Сбербанк»

Последний КСО отчет был выпущен в 2015 году, в последующие годы социальная политика «Сбербанка» была представлена в качестве раздела в годовых отчетах под наименованием «Устойчивое развитие».

В годовом отчете 2019 года ПАО «Сбербанк признает важность всех 17 Целей устойчивого развития (ЦУР), сформулированных ООН, и в рамках своей деятельности стремится вносить посильный вклад в их достижение. Подробнее о вкладе банка в выполнение ЦУР можно узнать в Отчете по ESG в разделе «Система управления ESG факторами и устойчивым развитием». Отчет ESG (Environment, Social, Governance) – с 193 по 300 стр.

В годовом отчете рельефно прописана политическая составляющая деятельности «Сбербанка». В частности, в нем сказано, что ПАО «Сбербанк» – стратегически важный институт страны, который на постоянной основе сотрудничает с государством и его представителями на всех уровнях управления. Политическая составляющая в деятельности банка, в отличие от социальных отчетов других крупнейших российских компаний, разделена на конкретные направления деятельности:

- Мониторинг нормотворческой деятельности государства, Банка России, формирование позиции банка в отношении готовящихся изменений.
- Направление предложений по совершенствованию правового регулирования в федеральные органы власти и Банк России.
- Участие в совещаниях федеральных органов власти и Банка России по законопроектам.
- Участие в общественном обсуждении проектов нормативных актов
- Раскрытие информации в соответствии с законодательством.

Еще одной специфической особенностью социальной отчетности Сбербанка является деятельность в рамках социально-политического критерия «Демографическая политика и политика народосбережения». Помимо того, что банк кредитует молодые семьи на спец. условиях, на сайте банка запущен сервис, который показывает доступные пособия для клиентов с детьми. Сервис помогает молодым мамам найти информацию о

полагающихся выплатах от государства и оформить карту на их зачисление. За первый месяц с момента запуска страницу посетило 45 тыс. человек.

В рамках поддержки образования основанных «Сбербанком» Благотворительный Фонд «Вклад в будущее» разрабатывает Школьную цифровую платформу, способную работать в каждой школе для каждого ребенка и реализующую модель персонализированного образования. Платформа призвана учитывать индивидуальные особенности учащихся, предоставляет им возможность планировать их образовательную траекторию. Вместе с Благотворительным фондом «Вклад в будущее» банк провел II Хакатон «Академии искусственного интеллекта для школьников» и запустил программу по развитию личностного потенциала в 243 образовательных учреждениях в 12 регионах России. Обучение на цифровой платформе стартовало с 1 сентября 2019 года в 5-8 классах 15 школ пяти субъектов РФ.

С 2019 года «Сбербанк» предоставляет специальный образовательный кредит, который позволяет оплатить обучение в университете. Во время обучения можно оплачивать только проценты, срок погашения составляет до 10 лет. Банк оплачивает все обучение целиком в любом выбранном вузе.

В рамках социально-политического критерия «Развитие культуры и СМИ» банк открыл для жителей Рязани, Новосибирска, Южно-Сахалинска, Ижевска, Курска пять мультимедийных фонтанных комплексов. Ранее инновационные фонтаны при поддержке банка были открыты в Петергофе, Калининграде, Ярославле, Саратове, Воронеже и Владимире

В рамках реализации молодежной политики «Сбербанк» предлагает студентам специальные условия по финансовым продуктам с учетом особых потребностей этой категории населения. Так, с 2014 года мы участвуем в программе «Образовательный кредит с государственной поддержкой», реализуемой Министерством образования и науки Российской Федерации. В 2015 году специальные условия для студентов не изменились: государство возмещает учащимся часть расходов на оплату обучения, в результате чего

ставка по кредиту равна $\frac{1}{4}$ ставки рефинансирования плюс пять процентных пунктов (7,25 % годовых).

Занимается ПАО «Сбербанк» и вопросами экологии – реализует отдельный сбор мусора, сокращение бумаги, передаваемой на архивное хранение, финансирует развитие возобновляемых источников энергии. Также в его социальной отчетности присутствует региональная и внешнеполитические составляющие.

Еще одной отличительной чертой социальной отчетности ПАО «Сбербанк» является детализированная информация об антикоррупционной деятельности, что соответствует социально-политическому критерию «Развитие экономических институтов и поддержание макроэкономической стабильности». Если другие компании лишь тезисно постулируют необходимость противодействия коррупции, то «Сбербанк» приводит числовую информацию о фактах противодействия коррупции.

Общее количество подтвержденных случаев коррупции в 2019 году – 28, общее количество сотрудников, привлеченных к дисциплинарной ответственности за коррупцию – 25, общее количество сотрудников, уволенных за коррупцию – 25. Сообщается, что по сравнению с 2018 годом количество подтвержденных случаев коррупции сократилось на 22%.

ПАО «РЖД»

Последний социальный отчет ПАО «РЖД» был выпущен в 2018 году, состоит из 112 страниц. Его особенность заключается в том, что среди описания социальной политики в нем весьма подробно представлены и “обычные” экономические показатели, которые во многих других социальных отчетах представлены менее детально.

Стратегическим приоритетом деятельности ПАО «РЖД» в области устойчивого развития является достижение целей устойчивого развития ООН. Цели устойчивого развития ООН направлены на принятие мер, позволяющих обеспечить оптимальное использование ограниченных

ресурсов, применение природо-, энерго-, и материало-сберегающих технологий, поддержание стабильности социальных и культурных систем, обеспечить целостность биологических и физических природных систем. Приверженность ПАО «РЖД» 17 целям ООН в области устойчивого развития раскрывается в аспектах экономической устойчивости, экологической безопасности и социальной стабильности. КСО отчет не только о КСО, о повышении экономического влияния, эффективности управления и т.д.

Несмотря на то, что собственником «РЖД» является Российская Федерация, социально-политические факторы лишь в незначительной степени отражены в социальном отчете компании. Данные факторы рассматриваются в Отчете ПАО «РЖД» лишь в рамках системы управления персоналом, они не направлены на внешние заинтересованные стороны и не интегрируются с общественными запросами вовне компании. Единственная категория граждан вовне компании, охваченная социальной поддержкой, – это неработающие пенсионеры компании, то есть ее бывшие работники. В 2018 году на объектах ОАО «РЖД» и АО «РЖД – ЗДОРОВЬЕ» оздоровлено около 13,1 тыс. неработающих пенсионеров ОАО «РЖД».

Традиционным и неотъемлемым элементом социальной политики ПАО «РЖД» является забота о неработающих пенсионерах железнодорожного транспорта, которые вышли на пенсию из предприятий железнодорожного транспорта и не имеют права на корпоративную негосударственную пенсию. Они ежемесячно получают социальную поддержку через Благотворительный Фонд «Почет». В 2018 году свыше 144 тысяч человек получили ежемесячную материальную помощь на сумму 949,7 млн рублей, средний размер которой в настоящее время составляет 545 рублей.

Среди деятельности, синхронизированной с российской государственной политикой, можно выделить экологические проекты «РЖД». Так, с 2014 года в структурных подразделениях ПАО «РЖД» инициирован проект по разделному сбору вторичных материальных ресурсов.

В целом, социальная отчетность ОАО «РЖД» является нетипичной для крупнейших российских компаний. По большому счету, в нем не содержится политическая составляющая, отсутствует информация о деятельности в рамках социального партнерства между органами власти, бизнесом и гражданским обществом. Социальная деятельность Компании понимается ей, прежде всего, как забота о собственном персонале, она не направлена на решение общественно значимых задач вовне организации. В социальном отчете даже отсутствует информация о благотворительной деятельности «РЖД».

В этой ситуации является преждевременным вывод о том, что Компания вообще не реализует социальную политику, направленную на внешние заинтересованные стороны, однако в рамках реализации целей исследования ставилась задача изучить социальную отчетность компаний. В рамках локальных нормативных документов такого профиля в ПАО «РЖД» социально-политические факторы не раскрываются в минимальной степени.

ПАО «Сургутнефтегаз»

Социальная деятельность ПАО «Сургутнефтегаз» отражена в разделе Годового отчета за 2018 г., занимая всего 15 страниц – 56-71 с., что значительно меньше, чем в других рассматриваемых компаниях.

Образовательная политика компании реализуется в рамках подготовки школьников и студентов к работе на предприятии. Так, в отчетном году была организована работа площадки ПАО на выставке «Образование и карьера – 2018», в которой приняли участие более 700 школьников.

Определенное внимание уделяется компанией детскому спорту. Кроме того, социальная политика ПАО «Сургутнефтегаз» охватывает неработающих пенсионеров.

ПАО «Сургутнефтегаз» уделяет большое внимание вопросам охраны окружающей среды, ежегодно реализует комплекс мероприятий по обеспечению экологической безопасности производственных объектов.

Акционерное общество оказывает спонсорскую и шефскую благотворительную помощь национальным поселкам и общинам для проведения общественно значимых мероприятий.

ПАО «Сургутнефтегаз» ведет диалог с государственными надзорными органами, представителями научных организаций и коренными жителями Югры для решения вопросов, возникающих в ходе освоения особо охраняемых природных территорий.

В Восточной Сибири Компания продолжает развивать транспортную инфраструктуру, что способствует дальнейшему социально-экономическому развитию региона. В отчетном году в Ленском районе Республики Саха (Якутия) ПАО «Сургутнефтегаз» ввело в эксплуатацию автомобильную дорогу до села Толон и аэропорт Талакан.

«X5 Retail Group»

Отчет об устойчивом развитии компании вышел в 2018 г., он включает в себя 46 страниц. Он характеризуется низкой связанностью с социально-политическими факторами, согласно соответствующим критериям. В частности, компания не реализует направленные вовне проекты в сфере культуры, здравоохранения, спорта, повышения доступности жилья.

Социальная ответственность в «X5 Retail Group» осуществляется, согласно Отчету, в ходе программ по оказанию продовольственной помощи нуждающимся в рамках программы «Корзина доброты».

В 2018 году «X5 Retail Group» совместно с фондом «Русь» организовала общегородские продовольственные марафоны в четырех мегаполисах (Москва, Екатеринбург, Самара и Казань), а также онлайн-марафон в Нижнем Новгороде.

Кроме того, компания ведет деятельность в рамках подкритерия Демографическая политика и политика народосбережения. Так, в августе 2018 года в «Перекрестке» стартовала программа лояльности «Семейный клуб» для покупателей с детьми и будущих родителей. Участникам

программы предоставляются скидки до 40% на товары партнеров, а также льготные условия на покупку всех видов детских товаров. По выходным участники получают скидки на крупные семейные покупки. Программа насчитывает более 93 тыс. участников.

«X5 Retail Group» реализует деятельность в рамках энергосбережения, в частности, использует светодиодное освещение во всех магазинах, устанавливает энергоэффективное оборудование в магазинах, использует современные энергосберегающие технологии для оптимизации использования энергии в распределительных центрах. Кроме того, компания развивает переработку и утилизацию отходов.

В 2017 году «X5 Retail Group» утвердила Политику в области противодействия злоупотреблениям, включая мошенничество и коррупцию. Система противодействия коррупции включает меры по предотвращению, выявлению и расследованию потенциальных злоупотреблений, а также реагированию на них. Политика в области противодействия коррупции также определяет роли и задачи подразделений и органов руководства Компании. В Политике закреплён принцип нулевой терпимости к коррупции и мошенничеству.

ПАО «ВТБ»

Отчет об устойчивом развитии «ВТБ» вышел в 2018 г., он насчитывает 100 страниц. В 2018 году банк «ВТБ» запустил новую программу с государственной поддержкой семей с двумя и более детьми, в рамках которой было выдано 985 ипотечных кредитов по субсидированной ставке на сумму 2,5 млрд рублей, реализуя тем самым социально-политический подкритерий Демографическая политика и политика народосбережения.

Политика банка, направленная на поддержку здравоохранения, выражается в том, что 70 больниц в России получили помощь «ВТБ» в 2018 году.

ПАО «ВТБ» осуществляет многолетнюю поддержку клубу «Динамо». Так, в 2018 году банком было принято решение выделить сотрудничество с Обществом «Динамо» в отдельный стратегический проект, целью которого стало развитие спортивной инфраструктуры, участие спортивных команд в соревнованиях и всесторонняя поддержка организации. С 2009 года Банк является генеральным спонсором футбольного клуба «Динамо-Москва», а с 2010 года – хоккейного клуба «Динамо». Помимо сотрудничества с клубами, Банк участвует в крупнейшем инвестиционном проекте «ВТБ Арена парк», в рамках которого проходит комплексная реконструкция Центрального стадиона «Динамо», а также прилегающей к нему территории.

Банком заключено 170 соглашений заключено между «ВТБ» и ведущими вузами России в 2018 году, среди которых Московский государственный институт международных отношений, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Санкт-Петербургский государственный университет, Дальневосточный федеральный университет, Московский архитектурный институт, Российский институт театрального искусства (ГИТИС) и многие другие. Базовая кафедра банка «ВТБ» функционирует в Финансовом университете при Правительстве РФ.

Банк «ВТБ» выступил спонсором двух исторических фильмов, повествующих о событиях Великой Отечественной войны. В рамках направления «Традиции и патриотизм страны» «ВТБ» также поддерживает организацию культурно-просветительских мероприятий.

Например, в 2018 году при поддержке Банка прошли городские празднования в честь Дня города Москвы и Дня космонавтики.

В целях сохранения духовных традиций в 2018 году благотворительную поддержку Банка получили многие религиозные организации, среди них Валаамский монастырь, Московская патриархия, Новоиерусалимский монастырь, Нижегородская епархия Русской православной церкви и фонд «Воскресение».

Группа активно поддерживает развитие городской инфраструктуры для того, чтобы повысить доступность жилья и улучшить качество жизни населения регионов присутствия.

Отличительной особенностью социальной политики «ВТБ» является реализация социально-политического критерия Развития пенсионной системы, прежде всего, через принадлежащий Группе «Почта Банк».

В 2018 году была запущена программа, в ходе которой клиенты, получающие пенсию в «Почта Банке» и пользующиеся мобильным или интернет-банком, могли получить на счет тринадцатую пенсию. Кроме того, для наиболее активных участников программы, привлечших в фонд пять новых клиентов, предусмотрена премия в размере 8,7 тыс. рублей. В банке «ВТБ» в 2018 году было выпущено около 123 тыс. пенсионных карт, из которых более тысячи были открыты в рамках проекта «Военные пенсионеры». Проект был запущен в 2018 году впервые и является инструментом для получения социальных выплат и накоплений со ставкой до 6% на остаток.

«ВТБ» участвует и в реализации внешнеполитических ориентиров. Так, дочерние банки Группы в СНГ взаимодействуют с государственными компаниями с целью поддержки жилищного строительства. Например, Банк «ВТБ» (Казахстан) финансирует частных застройщиков жилых объектов в рамках программы «Нұрлыжер», что в конечном результате способствует строительству доступного жилья. Банк «ВТБ» (Азербайджан) принял участие в выставке «Образование за рубежом», на которой представил свой продукт «Кредит на образование», предназначенный для тех, кто планирует учиться в Азербайджане или за рубежом. Банк «ВТБ» (Грузия) также вносит значительный вклад в развитие любительского спорта.

В 2018 году между банком «ВТБ» и рядом регионов Российской Федерации были заключены соглашения о сотрудничестве. Группа «ВТБ» осознает необходимость развития проектов в области транспортной отрасли, благодаря которым повышается доступность и качество услуг транспортной

инфраструктуры для населения, внедряются современные технологии перевозок, активно развиваются пути сообщения.

В целом, «ВТБ» проводит масштабную социальную политику, сравнимую по охвату направления с «Сбербанком». Социальная политика ВТБ характеризуется соответствием широкому спектру социально-политических критериев.

ПАО «Магнит»

Социальная политика «Магнита» представлена в форме разделов в годовом отчете 2017 года. В ней не охвачены социально-политические критерии, связанные с демографической политикой, поддержкой здравоохранения и спорта, культуры и СМИ.

«Магнит» одной из первых поддержала всероссийскую образовательную олимпиаду «Я – профессионал» и разработала задания для профиля «Экономика». В 2017 г. компания впервые вошла в состав экспертного сообщества национального чемпионата профессий и предпринимательских идей «Карьера в России», который проводился в системе Российского университета кооперации в г. Краснодар. «Магнит» выступил генеральным партнером форума для студентов технических специальностей «Breakpoint 2017» в г. Ростов-на-Дону. Компания приняла участие и прошла в финал международного конкурса среди организаций на лучшую систему работы с молодежью, проводимого в г. Югорск.

В соответствии с «Кодексом деловой этики» в компании запрещены любые преференции по национальному признаку, полу, возрасту, вероисповеданию и т.п. В случае если сотрудник чувствует предвзятое отношение, он может обратиться в «Комиссию по рассмотрению обращений сотрудников» для рассмотрения вопроса, по существу.

В целом, социальная политика «Магнита» направлена, главным образом, на персонал компании. Отмечается низкая вовлеченность компании в реализацию социально-политических приоритетов. Характерно, что

«Магнит» как компания не осуществляет даже поддержку спорта в обществе, а известная спортивная филантропия ее основателя С. Галицкого (в т.ч. строительство стадиона в Краснодаре) осуществлялась из его личных средств, а не за счет компании.

«Росатом»

Социальная политика компании «Росатом» представлена в годовом отчете за 2018 год, в главах 2,5,9,10,11. Характерно, что в состав Корпорации «Росатом» входит большое число предприятий атомной промышленности, поэтому отчет суммирует деятельность, реализованную в широком спектре предприятий. Социальная политика Корпорации нацелена, главным образом, на ее собственных сотрудников, не затрагивая гражданское общество, в целом, что, обусловлено, в том числе, спецификой атомной промышленности, бывшей закрытой сферой. Тем не менее, «Росатом» реализует и социальные проекты, направленные на общество в атомных городах – населенных пунктах, где расположены ключевые предприятия атомной промышленности.

В 2018 году в организациях отрасли проведено 3 тыс. спортивных мероприятий, в которых приняли участие около 105 тыс. спортсменов-производственников.

Долгосрочный проект «Школа Росатома» нацелен на обеспечение качественного образования независимо от места жительства, а также сохранение и развитие уникальности муниципальных систем образования.

В 2018 году была создана первая музыкальная академия «атомных городов» под патронажем Юрия Башмета в г. Новоуральске (Свердловская область) и г. Снежинске (Челябинская область) для адресной поддержки детей из «атомных городов», проявивших выдающиеся способности в области музыкального исполнительства, а также ряд аналогичных проектов.

Большое внимание «Росатом» уделяет экологии. Совокупные затраты на охрану окружающей среды составили 24,2 млрд руб.

Корпорация сообщает о том, что исполнила все поручения президента РФ и председателя Правительства РФ по Национальному плану противодействия коррупции на 2018–2020 годы.

Госкорпорация «Росатом» успешно осуществляет экспорт российского ядерного образования на потенциально интересные рынки. Иностранцы обучаются на базе НИЯУ МИФИ, а также в опорных вузах Корпорации и вузах-партнерах.

В отчетном году начато обучение по семи совместным образовательным программам российских вузов – партнеров Госкорпорации «Росатом» (НИЯУ МИФИ и Томский политехнический университет) с вузами стран — партнеров Корпорации (Армения, Боливия, Турция, Египет, Бангладеш).

Совместно с МАГАТЭ организована школа управления для топ-менеджеров атомных комиссий, релевантных министерств и организаций ядерной инфраструктуры зарубежных стран.

Большое внимание «Росатом» уделяет и региональному развитию. Так, в 2018 году продолжалась работа по созданию территорий опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР) в ЗАТО атомной отрасли и системы управления ими. В 2018 году созданы ТОСЭР в ЗАТО Снежинск и Озерск (Челябинская область), ЗАТО Железногорск (Красноярский край) и ЗАТО Заречный (Пензенская область).

Таким образом, было выявлено наличие социально-политических факторов в локальных нормативных актах российских компаний, согласно выборочной совокупности. По каждой из компаний дано краткое резюме, отражающее социально-политическое наполнение рассматриваемых локальных нормативных актов и актов отчетности. Резюме проанализированы в параграфе 2.4.

2.4 Оценка степени влияния социально-политических факторов на социальную отчетность российских компаний: выводы и обобщения

Исходя из проведенного исследования можно оценить степень вовлечения крупнейших российских компаний в реализацию социально-политических приоритетов Концепции долгосрочного социально-экономического развития на период до 2020 года. Знак «+» равен одному баллу, знак «+/-» равен 0,5 баллам, знак «-» равен нулю баллов. Результаты представлены в Таблице 2.

Таблица 2

Критерий	«-»	«+»	«+/-»
Демографическая политика и политика народосбережения	8	0	2
Развитие здравоохранения	8	2	0
Развитие физической культуры и спорта	3	6	1
Развитие образования	2	8	0
Развитие культуры и СМИ	5	5	0
Развитие рынка труда	4	5	1
Повышение доступности жилья	7	1	2
Развитие социальных институтов и социальная политика (в том числе, благотворительность)	1	7	2
Молодежная политика	7	3	0
Развитие пенсионной реформы	4	3	3
Экологическая безопасность экономики и экология человека	0	9	1
Развитие экономических институтов и поддержание макроэкономической стабильности (в т.ч., борьба с коррупцией)	3	2	5
Повышение национальной конкурентоспособности	2	8	0
Внешнеэкономическая политика	4	5	1
Региональное развитие	1	7	2

Степени присутствия социально-политических критериев в социальной отчетности крупнейших российских компаний оценивается ниже. Знак «+» равен одному баллу, знак «+/-» равен 0,5 баллам, знак «-» равен нулю баллов. Результаты представлены в Таблице 3.

Таблица 3

Компании	«-»	«+»	«+/-»	Количество баллов
Газпром	4	10	1	10,5
Лукойл	4	9	2	10
Роснефть	4	9	2	10
Сбербанк	2	10	3	11,5
РЖД	12	2	1	2,5
Сургутнефтегаз	8	6	1	6,5
X5 RetailGroup	9	4	2	5
ВТБ	1	12	2	13
Магнит	9	2	4	4
Росатом	6	9	0	9

Отраслевое распределение: 4 компании – нефть и газ, 2 – финансовые организации, 2 – торговля, 1 – транспорт, 1 – атомная промышленность.

По результатам исследования можно сделать следующие выводы:

1. Анализ социальных отчетов крупнейших российских компаний позволил сделать вывод, что в наибольшей степени социально-политические факторы оказывают влияние на банковский сектор: два крупнейших российских банка «Сбербанк» и «ВТБ», больше чем другие крупнейшие компании вовлечены в реализацию социально-политических установок, выработанных органами государственной власти.

В ходе исследования было выявлено, что в наибольшей степени социально-политические установки реализует группа «ВТБ» (13 баллов), второе место занимает «Сбербанк» (11,5 баллов), в то время, как нефтедобывающие компании отстают от них, несмотря на то, что превосходят банки по объемам выручки.

Характерно, что напрямую политические направления закреплены лишь в социальной отчетности «Сбербанка», который рассматривает себя как «стратегически важный институт страны, который на постоянной основе сотрудничает с государством и его представителями на всех уровнях управления».

2. Не удалось выявить зависимости между формой собственности компании и влиянием на ее деятельность социально-политических факторов. Так, компания «Лукойл» является частной, однако социально-политические критерии отражены в ее социальной отчетности в гораздо большей степени, чем у государственной «РЖД» (10 баллов в сравнении с 2,5 баллами).

Социальная отчетность «РЖД» в наименьшей степени синхронизирована с Концепцией долгосрочного социально-экономического развития на период до 2020 года, несмотря на то, что «РЖД» является государственной компанией и имеет стратегическую значимость в транспортной инфраструктуре России. Социальная политика «РЖД» направлена, главным образом, на самих сотрудников компании, в то время как ее вовлеченность в поддержку иных социальных групп недостаточно велика. Согласно отчету, данная компания считает приоритетным заботу о персонале, нежели взаимодействие с институтами гражданского общества.

3. Компании в сфере торговли («X5 Retail Group», «Магнит») подвержены влиянию социально-политических факторов в меньшей степени, чем финансовые и нефтегазовые организации.

4. Общей чертой всех нормативных актов, отражающих социальную деятельность рассматриваемых компаний, является участие в благотворительной деятельности, забота об экологии и антикоррупционная деятельность. Эта триада является базовой для социальной политики крупных российских компаний, однако некоторые ее составляющие рассматриваются абстрактно – так, например, лишь «Сбербанк» и «Росатом» приводят конкретные числовые данные о выявлении коррупционных деяний в своих организациях, в то время как другие рассматриваемые бизнес-субъекты ограничиваются лишь лишенными детализации тезисами.

Что касается экологии, то она является очевидным мировым политическим трендом, обуславливающим многие общественные процессы на глобальном уровне. Без экологической компоненты становится все более сложно позиционировать себя в медийном пространстве, поэтому различные

акторы, в том числе, и представители бизнеса, декларируют приверженность экологическим принципам.

5. Социальная отчетность «Росатома» является не совсем типичной для мировой практики, однако обусловлена спецификой российского государства, где присутствуют такие явления как моногорода и ЗАТО (закрытые административно-территориальные образования), выживание которых зависит от градообразующих предприятий. В отчете «Росатома» употребляется термин атомные города – то есть населенные пункты, деятельность которых зависит от предприятий атомной энергетики. Сложившаяся система государственного устройства, доставшаяся от СССР, создает ситуацию, в которой государственные предприятия вынуждены брать на себя заботу о достаточно крупных населенных пунктах, создавая своей деятельностью и социально-политическое наполнение.

6. Анализ влияния политических факторов на российский бизнес затруднен сложностью выбора исходных документов, которые описывали бы социально-политические ориентиры развития России. Согласно Конституции РФ, в нашей стране официально запрещена одна идеология, поэтому государство не может должным образом постулировать свои политические приоритеты.

На данный момент кроме Концепции долгосрочного социально-экономического развития на период до 2020 года нет единого федерального нормативного акта, который целостно характеризовал бы ориентиры развития страны. Сама Концепция подверглась критике уже в первые годы после ее публикации в ходе мирового экономического кризиса 2008-2009 гг., поскольку многие тезисы стали выглядеть невыполнимыми. События 2014 года внесли еще более значимые коррективы в политическую, экономическую, социальную жизнь страны, что, однако, не нашло отражения в корректировке Концепции.

В 2020 году, в условиях пандемии коронавируса, возникает необходимость в написании новой Концепции, поскольку срок выполнения

прежней заканчивается, ибо же принятии иного документа стратегического характера, отражающего социально-политические приоритеты развития России, однако такая деятельность на данный момент не ведется, что затрудняет оценку влияния социально-политических факторов на крупный российский бизнес.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рассмотрев воздействие социально-политических факторов на бизнес в России, можно сделать общий вывод, что они оказывают достаточно сильное влияние, хотя и не столь значительное, как в странах Западной Европы и США, где более сильно влияние как на власть, так и на бизнес со стороны некоммерческих организаций.

По результатам проведенного исследования можно сделать вывод, что сырьевые предприятия, специализирующиеся на добыче и транспортировке нефти и газа, которые часто рассматриваются в медийном пространстве как «опора государства», в меньшей степени синхронизируют свою деятельность с определенными органами государственной власти социально-политическими установками. Напротив, предприятия банковского сектора в большей степени следуют данным установкам, что объясняется их большей клиентоориентированностью, вызывающей необходимость отвечать на запросы общества. В то время, как «Газпром» или «Роснефть» не взаимодействуют напрямую с частными потребителями, «Сбербанк» и «ВТБ» зависят от репутации среди массового потребителя, поэтому их социальная деятельность охватывает больше направлений.

Другой вывод исследования заключается в том, что все рассматриваемые социальные отчеты российских компаний включают описание мероприятий по улучшению экологии. В современном социуме существует рельефно проявляемый запрос на «зеленую экономику», что вызывает необходимость бизнесу проводить экологическую политику, причем такую политику проводят даже те компании, которые не оказывают напрямую отрицательного воздействия на окружающую среду («ВТБ», «Сбербанк», «Магнит», «X5 Retail Group»).

Еще один вывод исследования заключается в том, что многие российские крупные компании рассматривают социальную ответственность,

прежде всего, как заботу о персонале, по сути ограничивая гражданское общество рамками персонала корпорации. Данная тенденция обусловлена тем, что собственные работники рассматриваются многими бизнес-акторами как ценный актив, поддержка которого напрямую влияет на успех бизнеса, в то время как репутационный эффект от поддержки других, более широких слоев общества не всегда очевиден. Социальная политика такого рода свойственна для такой компании как «РЖД».

Рассматривая процессы, оказывающих непосредственное воздействие на внедрение КСО, следует отметить, что, с одной стороны, зарубежный бизнес изначально обладает более высокими приоритетами в отношении КСО в своих странах, по сравнению с российской экономикой, однако транснациональные компании (ТНК), действуя в России, зачастую не утруждают себя мероприятиями по достижению социального партнерства в условиях, когда государство и общество не может достаточно четко сформулировать этот запрос.

С другой стороны, российский крупный бизнес изначально более жестко нацелен на взаимодействие с органами государственного регулирования, имеющими твердые намерения переложить на бизнес-сообщество определенную часть социальных обязательств. В результате этого процесса возникает ситуация, когда российские компании хотя и изначально имеют меньшую мотивацию и опыт внедрения норм КСО по сравнению с зарубежными бизнес-структурами, более охотно вступают в диалог с государством, что компенсирует имеющиеся недостатки.

Текущая ситуация, связанная с пандемией коронавируса, будет способствовать расширению и углублению взаимодействия между государством, бизнесом и обществом с целью решения социально значимых задач. Господдержка, направленная на помощь компаниям с целью сохранения занятости населения будет способствовать большему сближению компаний с органами власти. Будет происходить «политизация» бизнеса, что вызовет необходимость дальнейших исследований, фокусирующихся на

оценке влияния политических процессов на функционирование
коммерческого сектора.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Нормативные акты

1. Федеральный закон от 19.05.1995 N 82-ФЗ (ред. от 31.01.2016) «Об общественных объединениях».
2. Федеральный закон от 11.08.1995 N 135-ФЗ (ред. от 05.05.2014) «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях».
3. Федеральный закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ (ред. от 30.03.2016) «О некоммерческих организациях».
4. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р (ред. от 28.09.2018) Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года.

Книги и периодические издания

5. Благов Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление / Ю.Е. Благов // Российский журнал менеджмента. – 2004. – №3. 17-34 с.
6. Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год [текст] / под 60 общ. ред. С.Е. Литовченко. – М.: Ассоциация менеджеров, 2004.
7. Доклад о социальных инвестициях в России – 2008 / Ю. Е. Благов (и др.); под общ. ред. Ю. Е. Благова, С. Е. Литовченко, Е. А. Ивановой. – М.: Ассоциация Менеджеров, 2008.
8. Доклад о социальных инвестициях в России – 2019 / Ю.Е. Благов, А.А. Петрова-Савченко (и др); под общ. Ред. Ю.Е. Благова. – М. Ассоциация Менеджеров, 2019.
9. Кузьмин, А.В. Формирование концепции корпоративного гражданства в России // Российское предпринимательство. 2013. № 21 (243). С. 108–115.

10. Перегудов С.П. Политическая система России в мировом контексте: институты и механизмы взаимодействия. М.: РОССПЭН, 2011.
11. Сайченко О.А. Корпоративная социальная ответственность: учеб. Пособие – СПб: изд-во Политехн. ун-та, 2013 – 100 с.
12. Тульчинский Г.Л. Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство: технологии и оценка эффективности. СПб: НИУ – ВШЭ. 2012.
13. Тульчинский Г.Л. Политическая культура: учебное пособие для академического бакалавриата / Г. Л. Тульчинский [и др.]. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 326 с.
14. Туркин С.В. «Как выгодно быть добрым: Сделайте свой бизнес социально ответственным» С.В. Туркин, Альпина Паблишер, 2007.
15. Фридман. М Капитализм и свобода / Фридман М. // Новое издательство М.: Новое издательство, 2006.
16. Хайек Ф.А. Индивидуализм и экономический порядок / Ф.А. Хайек // М: Изограф: Начала-Фонд, 2000.
17. Яковлев, А.А. Эволюция стратегий взаимодействия бизнеса и власти в российской экономике // Российский журнал менеджмента. – 2005. – Т. 3, № 1., с. 93
18. Abrams F.W. Management's Responsibilities in a Complex World. / F.W. Abrams // Harvard Business Review 29, №3, 1951. 29–34 с.
19. Bowen H.R. Social Responsibilities of the Businessman / H.R.Bowen // New York: Harper & Row, 1953.
20. Carroll A.B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance / A.B. Carroll // Academy of Management Review, 1979.
21. Carroll A. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders // Business Horizons. 1991.
22. Carroll A.B. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. / A.B. Carroll // Business and society, 1999. Vol. 38, №3. 268-295 с.

23. Davis K. Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities? / K. Davis // *California Management Review*, 1960. 70-76 p.
24. Eells R. Corporate Giving in a Free Society / R. Eells // New York: Harper & Brothers, 1956.
25. Frederick W.C. Corporation Be Good: The Story of Corporate Social Responsibility. Indianapolis / W.C. Frederick // Ind.: Dog Ear Publishing, 2006.
26. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits / M. Friedman // *New York Times Magazine*, 1970. 32–33 c.
27. Frye T. Capture or Exchange? Business Lobbying in Russia / T.Frye // *Europe-Asia Studies*, Vol. 54, No. 7, 2002. pp. 1017-1036.
28. Gell A. *The Anthropology of Time: Cultural Constructions of Temporal Maps and Images*. Oxford — Providence: Berg, 1992.
29. Heald M. *The Social Responsibilities of Business: Company and Community 1900–1960*. / M.Heald // New Brunswick, N.J.: Transaction Publishers, 1988.
30. McGuire J.W. *Business and Society* / J.W. McGuire // New York: McGraw-Hill, 1963.
31. Orekhova E.A. Social partnership in Russian realities: from theory to practice [Social'noepartnerstvo v rossijskihrealiyah: otteorii k praktike] / E.A. Orekhova, T.V. Romashkin // *Science and Society*. 2018. No. 1 (30). Pp. 17-23.
32. Palazzo G., Scherer A.G. Toward a Political Conception of Corporate Social Responsibility: Business and Society Seen from a Habermasian Perspective / G. Palazzo, A.G. Scherer, // *Academy of Management Review* 32, №4, 2007.
33. Selekman. B.M. *A Moral Philosophy for Business* / B.M. Selekman // New York: McGraw-Hill, 1959.
34. Walton C. C. *Corporate Social Responsibilities*. / C.C. Walton // Belmont, Calif.: Wadsworth, 1967.
35. Williams O.F. *Corporate Social Responsibility. The role of business in sustainable development* / O.F. Williams // *Global Institutions Magazine*, 2014.

Источники на электронных носителях

36. Рейтинг РБК 500 Режим доступа: <https://www.rbc.ru/rbc500/>. Дата обращения: 29.04.2020.

37. Рекомендации для компаний по проведению самооценки организации деятельности компании в соответствии с принципами социальной ответственности на основе положений международного стандарта ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности» Режим доступа: <http://www.rspp.ru/download/7e1407e11ca753d37c18fc9541a17175/>. Дата обращения: 11.04.2020.

38. Социальная хартия российского бизнеса. – М.: РСПП. 2004. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rspp.ru/simplepage/474>. Дата обращения: 28.03.2020.

39. «Социальная хартия российского бизнеса» Российский союз промышленников и предпринимателей, 2008. Режим доступа: <http://rspp.ru/12/6273.pdf>. Дата обращения: 30.03.2020.

40. Социальный кодекс ОАО «Лукойл» Режим доступа: <https://lukoil.ru/Responsibility/SocialPartnership/SocialCodeofPJSCLUKOIL/socialcodehtmlversion>. Дата обращения: 1.04.2020.

41. ISO 26000: Социальная ответственность. Режим доступа: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>. Дата обращения: 31.03.2020.