

Социальная ответственность бизнес-структур в России

Анастасия А. Плюхина

*Российский государственный гуманитарный университет
Москва, Россия, pluhinaa@yandex.ru*

Алексей М. Гришин

Независимый исследователь, Москва, Россия, alekseyyyy96@mail.ru

Аннотация. В статье описываются дефиниции понятия, сущности и функций корпоративной социальной ответственности бизнеса. Целью исследования является выявление и анализ приоритетных направлений социальной ответственности как фактора оптимизации бизнес-процессов и повышения экономической устойчивости российских бизнес-структур. Обосновывается важность использования инструмента корпоративной нефинансовой отчетности для достижения существенного уровня показателей устойчивого развития компаний. Анализируется выпуск нефинансовой отчетности и социально-ориентированных отчетов по секторам экономики России, а также характеристики качества раскрытия данных нефинансовой отчетности. Представлена отраслевая специфика выпуска нефинансовой отчетности в России. Проанализированы национальные стандарты социальной ответственности и формирования нефинансовой отчетности бизнес-структур в России. Изучены ключевые стратегии и показатели социальной политики, выявлены ключевые особенности реализации социальной политики корпоративной социальной ответственности российских бизнес-структур. Меры социальной политики российских бизнес-структур преимущественно нацелены на элементы внутренней социальной ответственности, такие как удовлетворенность и лояльность сотрудников, профессионализм и квалификация сотрудников, гендерное равенство, охрана труда и промышленная безопасность.

Ключевые слова: структура бизнеса, экономическая устойчивость, социальная ответственность, нефинансовая отчетность, корпоративная социальная ответственность, социальная политика бизнеса

Для цитирования: Плюхина А.А., Гришин А.М. Социальная ответственность бизнес-структур в России // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2025. № 2. С. 102–119. DOI: 10.28995/2073-6304-2025-2-102-119

Social responsibility of business structures in Russia

Anastasia A. Plyukhina

Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia, pluhinaa@yandex.ru

Aleksey M. Grishin

Independent Researcher, Moscow, Russia, alekseyyyy96@mail.ru

Abstract. The article describes definitions of the concept, essence and functions of corporate social responsibility in business. The research aims at identifying and analyzing the priority areas of social responsibility as a factor in optimizing business processes and increasing the economic sustainability of Russian business structures. The importance of using a corporate non-financial reporting tool to achieve a significant level of indicators for the sustainable development of companies is substantiated. Authors analyze the issue of non-financial reporting and socially oriented reports on the sectors of the Russian economy as well as the characteristics of the disclosure quality for non-financial reporting data. The article presents the industry specifics in issuing non-financial statements in Russia. There is also an analysis in national standards of social responsibility and the formation of non-financial reporting of business structures in Russia. The key strategies and indicators of social policy are studied, the key features of the implementation of the social policy of corporate social responsibility of Russian business structures are revealed. The social policy measures of Russian business structures are mainly aimed at elements of internal social responsibility, such as employee satisfaction and loyalty, professionalism and qualifications of employees, gender equality, occupational safety and industrial safety.

Keywords: structure of business, economic sustainability, social responsibility, non-financial reporting, corporate social responsibility, business social policy

For citation: Plyukhina, A.A. and Grishin, A.M. (2025), "Social responsibility of business structures in Russia", *RSUH/RGGU Bulletin. "Economics, Management. Law" Series*, no. 2, pp. 102-119, DOI: 10.28995/2073-6304-2025-2-102-119

Введение

Концепция корпоративной социальной ответственности (КСО) прошла достаточно длительный этап становления и развития: от узкоспециализированной ниши ограниченного круга крупнейших международных компаний и единичных исследований до широкого спектра актуализированных научно-исследовательских работ и повсеместного использования различными компаниями, вне зависимости от объема производства, уровня органи-

зации, численности персонала и т. п. Прогресс в развитии концепции КСО добился таких масштабов, что на сегодняшний день компании из многих развитых и развивающихся стран планируют организационно-управленческое устройство и стратегическое развитие исходя из моделей, построенных на концепции КСО.

Однако концепцию КСО нельзя рассматривать только с позиции этики и морали. Мотивационный элемент в виде экономической выгоды или имиджевых предпочтений играет существенную роль. В современных условиях политическая и экономическая конъюнктура сложилась таким образом, что компании независимо от уровня имплементации элементов КСО вынуждены балансировать между ключевыми параметрами данной системы: социальным аспектом, экологическим аспектом, корпоративным управлением и финансово-экономической выгодой. Основная проблема заключается в том, что невозможно исключить ни один из представленных элементов, поскольку данная ситуация грозит рисками полного прекращения деятельности, и руководству компаний предстает нетривиальная задача эффективной балансировки этих элементов, исходя из текущей внутренней и внешней конъюнктуры.

Социальным аспектом системы КСО является комплекс добровольных мер, направленных на развитие общества, общественных институтов и увеличение общественного благосостояния в контексте реализации социально-ориентированных программ и удовлетворения потребностей заинтересованных сторон компании [Удальцова, Щербинина 2024]. Многообразие понятия социальной ответственности включает в себя многие составляющие, среди которых: благотворительные проекты; политика равных возможностей; программы повышения квалификации для сотрудников; уровень оценки, вознаграждения и мотивации труда; корпоративные стандарты труда; нормы производственной и промышленной безопасности и т. п. Однако компонент добровольности в данной парадигме является не более чем условностью, поскольку национальное и отраслевое законодательство регулирует многие аспекты социальной ответственности.

Цель статьи – выявление и анализ приоритетных направлений социальной ответственности как фактора оптимизации бизнес-процессов и повышения экономической устойчивости российских бизнес-структур.

Гипотеза

Развитие аспектов социальной ответственности российских бизнес-структур привлекает прежде всего наиболее конкурентоспособные международные компании России, работающие в ключевых отраслях, обеспечивающих основной рост ВВП.

Материалы и методы

Материалами исследования послужили законодательные и нормативно-правовые акты в области трудового права и промышленной безопасности, данные Центрального банка РФ, агрегированные Российским союзом промышленников и предпринимателей нефинансовые отчеты компаний из различных отраслей России, а также годовые отчеты крупнейших российских компаний в период 2021–2023 гг. В контексте теоретической базы были проанализированы труды отечественных и зарубежных исследователей, посвященные корпоративной социальной ответственности и устойчивому развитию.

Методика исследования построена на методах: анализа, сопоставления, сравнительного анализа, статистического метода обработки информации.

Теоретические основы

Фундаментальными исследователями теоретико-практических аспектов концепции КСО бизнес-структур являлись такие ученые, как А.Б. Кэрролл, Ю.Е. Благов, В.С. Катькало, Г.Б. Клейнер, Р.Э. Фриман, У.С. Фредерик, К. Дэвис, Дж. Элкингтон, М. Фридман, Р. Аккерман и др.

Концепцию КСО как главного механизма социальной ответственности бизнеса, встроенного в организационно-управленческую структуру предприятия в пределах внутренних и внешних сред, рассматривали такие ученые, как: М. Портер, Л.В. Хорева, И.С. Глебова, А.Б. Кэрролл, Л. Престон, М. Веласкес, П. Друкер и др.

Процесс институционализации КСО, выявление предпосылок, взаимосвязей интеграционных процессов формирования социальной ответственности бизнеса как сформировавшегося института нашел свое отражение в работах следующих авторов: Р. Аккерман, Дж. Кэмпбелл, Г.Б. Клейнер, С.Ю. Глазьев, Дж. Мун, Л.И. Полищук и др.

Если рассматривать актуальные тенденции развития научной мысли концепции корпоративной социальной ответственности, то такие ученые, как Диллик Т. и Хокертс К., акцентируют внимание на нахождении и установлении определенного баланса между экономической составляющей, обществом и окружающей средой. В свою очередь, одним из центральных вопросов остается проблема экономической окупаемости структурных внедрений стратегий корпоративной социальной ответственности для корпораций, а также оценка социальной эффективности [Плюхина 2016, с. 1572]. Данной проблематикой занимались, например, такие ученые как Х.М. Усман, Дж. Халид, С. Адомако и др.

Мотивационные элементы инструментальных, моральных и этических групп практик устойчивого развития исследовались такими учеными как Ю. Чен, И.Дж. Чен, А. Полраддж, С. Блом, С.С. Ченг, Т. Каутонен и др. При этом мотивационные элементы устойчивого развития в практическом плане не могут решить проблему доступности и возможности внедрения систем устойчивого развития. В свою очередь такие исследователи, как К. Трамп, Т. Гюнтер, М.Дж. Эпштейн, М.Дж. Рой, П. Кристманн, А. Хейв, Дж. Феррейра, Р. Беркемайер, Ф. Фигге оставляли мотивационные элементы без внимания, а делали акцент на способностях корпораций внедрять элементы устойчивого развития. Среди таких способностей – высокая ресурсная необходимость для внедрения и ресурсная ограниченность. Финансовые ресурсы в данных исследованиях являются главными препятствиями внедрения при их отсутствии, а улучшение финансовых показателей стимулирует ускоренное внедрение элементов устойчивого развития [Chater et al. 2023].

А.Б. Кэрролл рассматривает понятие КСО как правовой, экономической и этический аспект ответственности бизнеса перед обществом. Компании должны достигать экономической прибыли и одновременно соблюдать местное законодательство, этико-моральные нормы ведения бизнеса, а также принимать на себя добровольные социальные обязательства, учитывая при этом моральные ожидания общества [Carroll 1991].

Р.Э. Фриман, напротив, рассматривает понятие КСО с точки зрения теории заинтересованных сторон, где корпорация обязана учитывать интересы группы лиц, которые оказывают влияние на деятельность корпорации [Freeman 1984].

Дж. Линдгрэн анализирует понятие КСО не только как деятельность компании, но и как эффективное взаимодействие с окружающей средой и обществом. Социальные, экологические,

этико-моральные аспекты становятся ключевыми факторами для формирования имиджа, репутации, а также долгосрочного устойчивого развития бизнес-процессов [Lindgren 2010].

Результаты исследования

Социальная ответственность во многом оперирует такими терминами, как гендерное равенство, инклюзивность и разнообразие. Гендерное равенство – это прежде всего юридическое обеспечение равных, конкурентных возможностей обоих полов в сфере реализации любого права, особенно на труд [Головинова 2022]. Инклюзивность – это форма социально-общественной активности, где приоритетом выступают такие направления, как толерантность, равенство, единство и равноправие всех субъектов общества вне зависимости от национальных, гендерных, религиозных, физических и возрастных особенностей [Багдасарова, Самкова 2023]. Разнообразие, в свою очередь, охватывает широкий спектр социальных, культурных и экономических аспектов для гармоничного развития общества. В первую очередь это гендерное и социальное многообразие.

В России корпоративные инвестиции в область устойчивого развития начали поступать сравнительно недавно. На этапе становления корпоративной культуры российские бизнес-структуры были нацелены на налаживание и масштабирование бизнес-процессов и игнорировали аспекты устойчивого развития в силу приоритетности собственного благосостояния. Но постепенно данный тренд менялся, и на сегодняшний день многие компании осознают преимущества инвестирования в устойчивое развитие, в том числе – получение ряда преференций.

Многие крупные российские компании в стратегических планах развития отмечают целевые критерии достижения показателей устойчивого развития, в частности социальной ответственности и развития нематериальных активов.

Отраслевая специфика выпуска нефинансовой отчетности в России свидетельствует о том, что отрасли, которые вносят наибольший вклад в темпы роста ВВП, такие как нефтегазовая, электроэнергетика, атомная, химическая и нефтехимическая, металлургическая и горнодобывающая, а также финансовая, наиболее активно формируют нефинансовую отчетность. Ежегодные выпуски нефинансовой отчетности в представленных отраслях либо остаются на стабильно высоком уровне на протяжении анализируемого периода, либо демонстрируют наиболее

Таблица 1

Количество компаний и количество выпусков нефинансовой отчетности
с разбивкой по отраслям в России, 2011–2018 гг.¹

Отрасль	Год									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018		
Нефтегазовая	13	14/15	13	14	11	11/12	12/13	12/15		
Электроэнергетика	9	7	9	7	10	9	7	9		
Атомная	7	9	10	11	11	9	8	6		
Деревообрабатывающая	1	1	1	1	1	1	0	1		
Химическая и нефтехимическая	5/6	8	7	10	10	10	9/10	9/10		
Металлургическая и горнодобывающая	8/9	7	11	8/9	9/10	11	10	14		
Производство машин и оборудования	1	1	1	1	2	2	2	2		
Пищевая	5	7	6	5	6	4	4	5		
Телекоммуникационная	2	4	6	3	3	2	4	4		
Фармацевтическая	1	0	1	1	1	0	1	0		
Финансовая	9	8	7	7	6	6	7	7		
ЖКХ	2	1	3	1	1	1	0	2		
Строительство	0	1	0	0	0	0	0	1		
Транспорт	2	1	2	2	2	2	2	3		
Услуги	1	2	2	1	2/4	3	3	2		
Розничная торговля	–	–	–	–	–	1	1	2		
Итого	65/68	71/72	79	71/73	75/78	70/71	70/72	79/83		

¹ Нефинансовая отчетность в России и мире: Цели устойчивого развития в фокусе внимания: Аналитический обзор за период 2017–2018 гг. URL: <https://www.spprrk.ru/content/news/2210/Nefinansovaya-otchetnost-obzor.pdf> (дата обращения: 15 октября 2024).

существенный рост. К отраслям с наиболее существенным увеличением выпуска нефинансовой отчетности можно отнести химическую и нефтехимическую, металлургическую и горнодобывающую отрасли. При этом компании из представленных отраслей входят в число наиболее конкурентоспособных международных компаний России. К отраслям, наименее склонным к формированию нефинансовой отчетности, можно отнести деревообрабатывающую, фармацевтическую, строительную отрасли, сферу ЖКХ и розничную торговлю (табл. 1).

Согласно данным, представленным на рис. 1, крупнейшими секторами экономики России, в которых компании выпускают нефинансовую отчетность, являются секторы энергетики, финансов и страхования, металлургический и горнодобывающий, нефтегазовый. При этом если рассматривать статистику социальных отчетов, структура лидирующих отраслей остается практически неизменной, но добавляется сектор НКО и отрас-

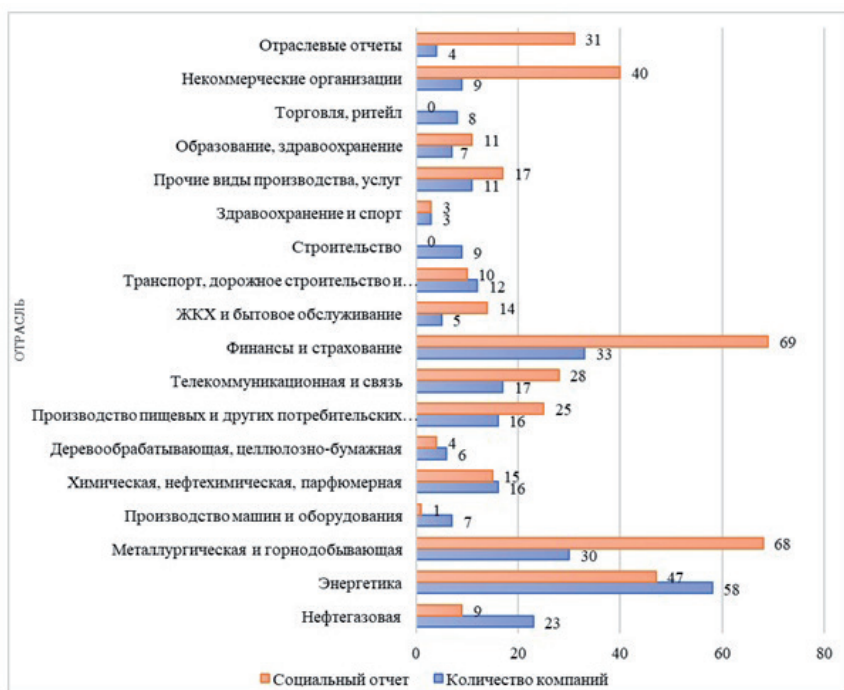


Рис. 1. Общее количество компаний в России с учетом отраслевой принадлежности, выпускающих нефинансовую и социальную отчетность, по состоянию на август 2024 г.



Рис. 2. Данные по наиболее и наименее подробному раскрытию сфер КСО в нефинансовой отчетности российских бизнес-структур в 2023 г.²

левые отчеты. Более того, сравнивая статистику социальных и экологических отчетов, можно прийти к выводу, что социальных отчетов существенно больше, чем экологических. Анализируя текущие тренды формирования и выпуска нефинансовой отчетности, можно сделать вывод, что в России фиксируется умеренно средний рост числа компаний, выпускающих нефинансовую отчетность (с 164 компаний в 2017 г. до 275 компаний в 2024 г.). Таким образом, прирост составил более 65%.

Проанализируем, какие показатели в нефинансовой отчетности раскрываются наиболее и наименее подробно (рис. 2).

Российские бизнес-структуры наиболее детально в нефинансовой отчетности раскрывают показатели преимущественно социальной ответственности – численность и обучение персонала, этический кодекс, взаимодействие с обществом. При этом проблемными и чувствительными областями остаются инновации и ключевые показатели устойчивого развития и некоторые аспекты экологического менеджмента. Если рассматривать качество раскрытия подробнее, то в период с 2018 по 2023 г. структура качества раскрытия не претерпевала серьезных изменений, около 55% информации в отчетах носит высокоинформативный и проработанный характер.

² Индексы РСПП в области устойчивого развития – 2023 (ESG-индексы) «Ответственность и открытость» и «Вектор устойчивого развития». URL: https://rspp.ru/upload/content/822/zg3v2bu9s8vofeeottbbbfv79s7ltrdi/Prezentatsiya_ESG_indeksy_-2023_fin.pdf (дата обращения: 15 октября 2024).

При этом если рассматривать социальные аспекты внешней среды компаний, то также около 55 % информации носит проработанный характер, а если социальные аспекты внутренней среды, то данный показатель увеличивается до 63 %. Можно отметить, что по качеству раскрытия социальные аспекты немного уступают лишь экологическим аспектам, тогда как экономические и управленческие сферы сильно уступают как экологическим, так и социальным.

Рассматривая отечественную специфику формирования нефинансовой отчетности, необходимо более подробно проанализировать национальные стандарты социальной ответственности в контексте устойчивого развития. Согласно статье 216.2 ТК РФ, работодатель обязан информировать работника об условиях и охране труда на рабочем месте, о профессиональных рисках, о предоставляемых гарантиях работнику и полагающихся компенсациях и средствах индивидуальной защиты³. Более того, Федеральный закон № 116-ФЗ «О промышленной безопасности опасных производственных объектов» четко разделяет опасные производственные объекты на различные классы опасности и исходя из класса опасности формирует последовательный перечень требований для соблюдения безопасного производства⁴. Таким образом, можно констатировать, что российская специфика социальной ответственности в контексте развития систем охраны труда и промышленной безопасности исключает аспекты добровольности и подлежит полному регулированию со стороны государства.

Если рассматривать добровольные рекомендации по формированию нефинансовой отчетности, необходимо упомянуть Информационное письмо Банка России от 12.07.2021 № ИН-06-28/49 «О рекомендациях по раскрытию публичными акционерными обществами нефинансовой информации, связанной с деятельностью таких обществ». Данный документ регулирует принципы раскрытия нефинансовой информации, состав нефинансовой информации, использование международных стандартов при раскрытии нефинансовой информации, порядок и сроки раскрытия, аспекты внешней независимой оценки. Состав раскрываемой информации должен включать такие разделы, как отражение вопросов устойчивого развития в стратегии компании;

³ «Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 26.12.2024) // СЗ РФ. 2002. № 1 (ч. 1). Ст. 3.

⁴ Федеральный закон от 21.07.1997 № 116-ФЗ (ред. от 08.08.2024) «О промышленной безопасности опасных производственных объектов» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2024) // СЗ РФ. 1997. № 30. Ст. 3588.

ориентиры в достижении целей устойчивого развития ООН, Парижского соглашения по климату, национальных стратегий развития окружающей среды, экономики и социальной сферы; данные о корпоративном управлении компании; бизнес-модель.

В контексте социальных аспектов деятельности компаний рекомендуется раскрывать такие разделы: вопросы гендерного и этического разнообразия, взаимоотношение с профсоюзами, вопросы охраны здоровья, аспекты человеческого капитала, взаимоотношение с заинтересованными сторонами, диалог с гражданским обществом и т. п.⁵ Однако стоит подчеркнуть, что данный документ носит рекомендательный характер и не обязателен к исполнению.

В рамках представленного исследования целесообразно более детально изучить специфику реализации социальной политики российских бизнес-структур, чтобы определить ключевые тенденции и проблематику реализации комплекса мер. При выборочном анализе компании будут отобраны исходя из лидирующих мер социальной политики. В частности, в вопросах прав человека, разнообразия и инклюзивности по мнению рейтинговой группы «РАЕХ» за 2023 г. лидирующие положения занимают компании ПАО «МТС», ПАО «Фосагро» и Группа НЛМК⁶.

Согласно данным, представленным в табл. 2, можно констатировать, что социальная политика российских бизнес-структур этимологически гомогенна. Независимо от специфики деятельности и размера компании ключевые показатели, цели и задачи социальной политики однородны и приведены к общему знаменателю, нацеленному на развитие именно социальной внутренней среды, нежели внешней. Важность социальных показателей внешней среды носит опосредованный характер и существенно уступает внутренним, а также является не более чем дополнением к системе мер социальной политики. Более того, целеполагание стратегического роста компании подразумевает активное взаимодействие с местными сообществами и общественными институтами на территориях.

⁵ Банк России – 2021. Информационное письмо № ИН-06-28/49 от 12.07.2021 «О рекомендациях по раскрытию публичными акционерными обществами нефинансовой информации, связанной с деятельностью таких обществ». URL: https://www.cbr.ru/StaticHtml/File/117620/20210712_in-06-28_49.pdf (дата обращения: 17 февраля 2025).

⁶ РАЕХ права человека: топ-50 российских компаний, проявляющие наибольшее внимание к вопросам прав человека, разнообразия и инклюзивности (2023 год). URL: https://raex-rr.com/ESG/ESG_companies/human_rights/2023/ (дата обращения: 15 октября 2024).

Таблица 2

Цели социальной политики и инвестиции в социальные
и благотворительные проекты компаний ПАО «МТС»,
ПАО «Фосагро» и Группа НЛМК⁷

Компания	Ключевые стратегии социальной политики	Общие показатели инвестиций в социальную сферу
ПАО «МТС»	Поддержание инклюзивной корпоративной культуры. Обеспечение гендерного равенства на всех уровнях. Развитие комфортной и безопасной рабочей среды. Развитие корпоративных волонтерских программ. Профессиональное развитие, повышение личной и командной эффективности сотрудников	Благотворительная деятельность и социальные инвестиции: 603,5 млн руб. (2022 г.) Затраты на меры по охране труда: 167,4 млн руб. (2022 г.)
ПАО «Фосагро»	1. Поддержание инклюзивной рабочей среды. 2. Гендерное равенство. 3. Поддержка показателя удовлетворенности и лояльности сотрудников. 4. Развитие систем социальных льгот и гарантий для сотрудников. 5. Развитие программы переподготовки и профессионального развития	1. Инвестиции в социальные программы: 2195 млн руб. (2023 г.) 2. Затраты на меры по охране труда и промышленной безопасности: 7435 млн руб. (2023 г.)
Группа НЛМК	Развитие местных сообществ. Развитие систем охраны труда и промышленной безопасности. Конкурентноспособные условия труда. Развитие систем профессионализма и квалификации сотрудников. Поддержание высокого уровня вовлеченности сотрудников	Социальные инвестиции: 8235 млн руб. (2023 г.) Затраты на меры по охране труда и промышленной безопасности: 4400 млн руб. (2023 г.)

⁷ ПАО «МТС». Отчет об устойчивом развитии за 2022 год. URL: https://static.ssl.mts.ru/mts_rf/images/otchet-ustojchivogo-razvitiya-mts-za-2022-god-rus.pdf (дата обращения: 23 октября 2024); Группа НЛМК. Отчет об устойчивом развитии за 2023 год. URL: <https://nlmk.com/upload/iblock/126/b6t1ebnzyixz53ouf4t6nc726k9ju33q/NLMK-Otchet-ob-ustoychivom-razviti-i-2023.pdf> (дата обращения: 23 октября 2024);

ПАО «Фосагро». Отчет об устойчивом развитии за 2023 год. URL: <https://cdn.phosagro.ru/upload/iblock/e91/5il5hjpnbixmv271j7pa7kwv2ct0nixu.pdf> (дата обращения: 23 октября 2024).

Таблица 3

Количественные показатели социальной ответственности компаний ПАО «МТС», ПАО «Фосагро» и Группа НЛМК, в период с 2021 по 2023 гг.⁹

Компания	Наименование показателя	Год		
		2021	2022	2023
ПАО «МТС»	Текущая стоимость персонала, %	23	17,8	н/д
	Индекс лояльности и удовлетворенности сотрудников, %	87,3	91,03	н/д
	Объем инвестиций на обучение сотрудников, млн руб.	105,7	210	н/д
	Средняя заработная плата, тыс. руб.	70,6	81,3	н/д
	Коэффициент LTIFR на 1 млн чел.	н/д	0,02	н/д
	Доля женщин в общей численности персонала, %	45,6	45,2	н/д
ПАО «Фосагро»	Текущая стоимость персонала, %	8,1	9,8	11,6
	Индекс лояльности и удовлетворенности сотрудников, %	57	69	73
	Объем инвестиций на обучение сотрудников, млн руб.	235,2	271,8	262,4
	Средняя заработная плата, в тыс. руб.	111,2	132,1	147,6
	Коэффициент LTIFR, на 1 млн чел.	0,81	0,38	0,61
	Доля женщин в общей численности персонала, %	33	34	34
Группа НЛМК	Текущая стоимость персонала, %	7,2	7,7	н/д
	Индекс лояльности и удовлетворенности сотрудников, %	н/д	н/д	н/д
	Объем инвестиций на обучение сотрудников, млн руб.	3654	586	944,4
	Средняя заработная плата, тыс. руб.	76	95	100
	Коэффициент LTIFR на 1 млн чел.	0,64	0,54	0,52
	Доля женщин в общей численности персонала, %	25	25	25

⁹ Там же.

Проанализируем ряд количественных показателей представленных компаний в период с 2021–2023 гг. (табл. 3).

Согласно представленным данным, можно сделать следующие выводы.

1. ПАО «МТС» по всем ключевым показателям показала умеренно позитивную динамику. При этом показатели индекса лояльности и удовлетворенности сотрудников, коэффициент LTIFR, а также доля женщин в общей численности персонала среди конкурентов показали наилучшие результаты в силу специфики деятельности компании. Однако низкий уровень раскрываемости показателей препятствует более детальной оценке.

2. ПАО «Фосагро» среди анализируемых компаний лучше конкурентов раскрывает ключевые метрики социальной политики, при этом данные свидетельствуют о разнонаправленной динамике. Большинство показателей отражает умеренно положительную динамику, за исключением текучести кадров, которая выросла на 3,5%, и доли женщин в общей численности персонала, которая не претерпела изменений.

3. Группа НЛМК также показывала разнонаправленную динамику, при этом существенного прогресса удалось добиться только в показателях коэффициента LTIFR и средней заработной платы. Более того, объем инвестиций на обучение сотрудников за анализируемый период сократился в 3,8 раза.

Все рассмотренные компании имеют проработанную социальную политику в контексте устойчивого развития, которая заключается в высокой степени приверженности принципам КСО. В компаниях существует последовательная политика в отношении социальной ответственности, регулярно выпускается специальный раздел устойчивого развития в годовом отчете, существует специальный комитет и отдел контроля политики устойчивого развития, осуществляется прогресс достижения критериев социальной ответственности, идентифицированы риски социальной ответственности в разрезе отраслевой специфики, существует независимая положительная оценка консалтинговой компании отчета устойчивого развития, выработана стандартизированная процедура составления нефинансовой отчетности, а также существуют релевантные прогнозные модели социальной ответственности.

Дискуссия

В представленном исследовании была проанализирована отраслевая специфика нефинансовой отчетности российских бизнес-структур, а также факторы и критерии социальной ответственности ведущих российских компаний в данной области. Результаты исследования показали, что социальная ответственность бизнеса в России остается не повсеместно распространенной и характерна в основном для ограниченного круга публичных и конкурентоспособных компаний из магистральных секторов экономики России. Среди отраслей, которые наиболее активно формируют нефинансовую отчетность, стоит выделить нефтегазовую, электроэнергетическую, атомную, химическую и нефтехимическую, металлургическую и горнодобывающую, а также финансовую.

Таким образом, результаты исследования подтвердили выдвинутую гипотезу о том, что развитие аспектов социальной ответственности российских бизнес-структур привлекает прежде всего наиболее конкурентоспособные международные компании России, работающие в ключевых отраслях, обеспечивающих основной рост ВВП.

Главными ограничениями исследования являются недоступность актуальных агрегированных и обезличенных данных нефинансовой отчетности российских компаний, а также использование исключительно публичных данных из корпоративных отчетов российских компаний.

Среди нерешенных вопросов исследования стоит выделить разработку методологии многокритериальной оценки влияния мер социальной ответственности российских компаний на общество и национальную экономику. Будущие исследования могут быть сосредоточены на лояльности и удовлетворенности сотрудников в зависимости от реализуемых программ социальной ответственности. Также представляется целесообразным изучение стимулов, способствующих формированию компаниями нефинансовой отчетности.

Заключение

Проведенный анализ показал, что российские бизнес-структуры в плане качества раскрытия нефинансовой отчетности информативнее раскрывают социальные аспекты внешней среды – взаимодействие с местными сообществами, социально-общественные и благотворительные проекты, благоустройство территорий и т. п. Социальные аспекты внутренней среды – обучение и развитие

персонала, производительность труда, корпоративные нормы охраны труда, нефинансовая поддержка персонала и т. п., раскрываются гораздо менее информативнее и детальнее.

Социальная политика российских бизнес-структур преимущественно гомогенна и нацелена на аспекты внутренней социальной ответственности: удовлетворенность и лояльность сотрудников, профессионализм и квалификация сотрудников, гендерное равенство, охрана труда и промышленная безопасность и т. д.

Социальная ответственность российских бизнес-структур развита на достаточно высоком уровне, поскольку существует когерентность определяющих данную парадигму факторов, среди которых – сильная протекционистская законодательная и правоприменительная база, защищающая права сотрудников перед компаниями; общественный консенсус, декларирующий безусловные прерогативы сотрудникам и соискателям в спорах с компаниями; низкая трудовая мобильность; высокая конкуренция на трудовом рынке.

Также следует отметить, что на сегодняшний день существует несколько доминирующих тенденций развития социальной ответственности и мер устойчивого развития в российских бизнес-структурах. Во-первых, интенсифицируется практика адаптации глобальных стандартов в области устойчивого развития (таких как Цели устойчивого развития ООН (ЦУР), стандарты GRI, стандарты устойчивого учета (SASB) и др.) к реалиям российской специфики и практики устойчивого развития. Примером указанной адаптации служат рекомендации ЦБ РФ по раскрытию компаниями нефинансовой информации, где в социальных аспектах особое внимание уделяется тому, что компании должны раскрывать информацию о взаимоотношении с профсоюзами, включая соблюдение прав профсоюзов. Более того, представленные рекомендации выделяют профсоюзы как отдельную заинтересованную сторону деятельности компании, мнение которой необходимо учитывать при разработке стратегии развития организации.

Во-вторых, компаниям, чтобы оставаться конкурентоспособными на российском рынке в контексте аспектов устойчивого развития, необходимо не только соотносить собственные стратегии роста с глобальными стандартами устойчивого развития, но и обеспечивать их согласованность с национальными проектами РФ, федеральными проектами, государственными программами РФ и другими инициативами. Представленные программы и проекты задают актуальные векторы развития социальной, экологической и экономической сфер общества.

В-третьих, продолжающаяся конъюнктура рекордно низкой безработицы в РФ будет стимулировать компании к расширению и интенсификации программ социальной ответственности, включая рост средней заработной платы работников, а также рост инвестиций на обучение сотрудников. Более того, представленный тренд будет способствовать достижению гендерного и возрастного трудового равенства. Акцент сместится на проекты, направленные на удержание и развитие персонала.

В-четвертых, в условиях продолжающегося санкционного давления на Россию компании вынуждены искать новых региональных партнеров и поставщиков, а также выстраивать новые логистические цепочки. Ожидается увеличение доли российских поставщиков и контрагентов, в том числе в сфере ESG-продуктов, таких как экологический консалтинг, «зеленые» и социальные облигации, ESG-страхование и т. п.

Литература

- Багдасарова, Самкова 2023 – *Багдасарова Д.Э., Самкова И.Г.* Инклюзия как структурный элемент развития информационного общества // Историческая и социально-образовательная мысль. 2023. № 15 (2). С. 75–88. DOI: 10.17748/2219-6048-2023-15-2-75-88.
- Головинова 2022 – *Головинова Ю.В.* Гендерное равенство как основа гармоничного развития государства и общества: социальный и правовой аспект // Society and Security Insights. 2022. № 4 (4). С. 141–149. DOI: 10.14258/ssi (2021)4-08.
- Плюхина 2016 – *Плюхина А.А.* Совершенствование методики оценки деятельности социальных предприятий // Российское предпринимательство. 2016. Т. 17. № 13. С. 1569–1582. DOI: 10.18334/rp.17.13.35402.
- Удальцова, Щербинина 2024 – *Удальцова Н.Л., Щербинина П.Л.* Социальная ответственность бизнеса: внедрение и воздействие на управление компанией // Лидерство и менеджмент. 2024. Т. 11. № 1. С. 265–280. DOI: 10.18334/lim.11.1.120325.
- Carroll 1991 – *Carroll A.B.* The pyramid of CSR: Toward the moral management of organizational stakeholders // Business Horizons. 1991. Vol. 34 (4). P. 39–48. DOI: 10.1016/0007-6813(91)90005-G.
- Chater et al. 2023 – *Chater T., Chater B., Milich P., Zhabkar V.* Drivers of corporate environmental and social responsibility practices: A comparison of two moderated mediation models // Journal of Business Research. 2023. Vol. 159 (April). P. 113652. DOI: 10.1016/j.jbusres.2023.113652.
- Freeman 1984 – *Freeman R.E.* Strategic management: A stakeholder approach. Boston: Pitman, 1984.
- Lindgren 2010 – *Lindgren J.* Corporate responsibility: A critical approach to the marketing of corporate social responsibility // Journal of Business Ethics. 2010. Vol. 97 (3), P. 437–451.

References

- Bagdasarova, D.E. and Samkova, I.G. (2023), "Inclusion as the core element of the information society", *Historical and Socio-Educational Idea*, no. 15 (2), pp. 75–88. DOI: 10.17748/2219-6048-2023-15-2-75-88.
- Carroll, A.B. (1991), "The pyramid of CSR: Toward the moral management of organizational stakeholders", *Business Horizons*, no. 34 (4), pp. 39–48, DOI: 10.1016/0007-6813(91)90005-G.
- Chater, T., Chater, B., Milich, P. and Zhabkar, V. (2023), "Drivers of corporate environmental and social responsibility practices: A comparison of two moderated mediation models", *Journal of Business Research*, vol. 159, p. 113652, DOI: 10.1016/j.jbusres.2023.113652.
- Freeman, R.E. (1984), *Strategic management: A stakeholder approach*, Pitman, Boston, USA.
- Golovinova, Yu.V. (2022), "Gender equality as the basis for harmonious development of the state and society: social and legal aspects", *Society and Security Insights*, no. 4 (4), pp. 141–149, DOI: 10.14258/ssi(2021)4-08.
- Lindgren, J. (2010), "Corporate responsibility: A critical approach to the marketing of corporate social responsibility", *Journal of Business Ethics*, no. 97 (3), pp. 437–451.
- Plyukhina, A.A. (2016), "Improvement of the method for assessment of social enterprises' activity", *Russian Journal of Entrepreneurship*, no. 17 (13), pp. 1569–1582, DOI: 10.18334/rp.17.13.35402.
- Udal'tsova, N.L. and Shcherbinina, P.L. (2024), "Business social responsibility: implementation and impact on company management", *Leadership and Management*, no. 11 (1), pp. 265–280, DOI: 10.18334/lim.11.1.120325.

Информация об авторах

Анастасия А. Плюхина, кандидат экономических наук. Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125047, Россия, Москва, Миусская пл., д. 6; pluhinaa@yandex.ru

Алексей М. Гришин, независимый исследователь, Москва, Россия, alekseyyyy96@mail.ru

Information about the authors

Anastasia A. Plyukhina, Cand. of Sci. (Economics), Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya Square, Moscow, Russia, 125047; pluhinaa@yandex.ru

Aleksey M. Grishin, independent researcher, Moscow, Russia, alekseyyyy96@mail.ru