

Корпоративная социальная ответственность как фактор устойчивого развития компании

Буркин Н.Г.

1-й курс, факультет бизнес-информатики
Финансовый университет при Правительстве РФ
Научный руководитель: Кузнецов А.Н.
к.э.н., доцент
Департамента менеджмента и инноваций.
Финансовый Университет при Правительстве РФ
e-mail:AKuznetcov@fa.ru

Аннотация. В статье исследуются вопросы влияния участия российских компаний в повышении своей эффективности посредством участия в программе ЦУР ООН, что является важной частью современной системы привлечения капитала через фондовые инструменты и государственные инструменты поддержки социально ориентированных компаний. Приведены статистические данные по заинтересованности компаний в участии в ЦУР и популярность программ среди компаний.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, эффективность компаний, повышение капитализации, ЦУР ООН, устойчивое развитие, государственная поддержка.

Corporate social responsibility as a factor of sustainable development of the company.

Burkin N.G.

1th year, Faculty of Business informatics
Financial university under the Government of Russian Federation
Ph.D., Associate Professor Kuznetcov A.N.
Department of management and innovation
Financial university under the Government of Russian Federation
e-mail:AKuznetcov@fa.ru

Summary. The article examines the impact of the participation of Russian companies in improving their efficiency through participation in the UN SDG program, which is an important part of the modern system of attract capital through stock instruments and government instruments to support socially oriented companies. There are statistical data of the interest of companies in participating in the SDGs and the popularity of programs among companies.

Keywords: corporate social responsibility, company efficiency, capitalization attract, UN SDGs, sustainable development, government support.

Развитие мирового сообщества и мировой экономики невозможно без тесного взаимодействия субъектов хозяйствования и окружающей среды. Человечество на протяжении всей своей истории стремилось разбогатеть, невзирая на все препятствия, зачастую уничтожая не только экосистемы, но и целые народы.

Невозможно отрицать, что на сегодняшнем этапе развития этики и философии забота о будущем своих детей и будущих поколений является главной целью любого индивида. Именно поэтому, вступив в новое тысячелетие, главный наднациональный орган управления человечества ООН создал сначала Цели Развития Тысячелетия, которые действовали с 2000 по 2015 год, а впоследствии и Цели Устойчивого развития сроком исполнения до 2030 года.

25 сентября 2015 года в Нью-Йорке были выделены 17 стратегических целей мира на ближайшие 15 лет:

1. Повсеместная ликвидация нищеты во всех ее формах;
2. Ликвидация голода, обеспечение продовольственной безопасности и улучшение питания и содействие устойчивому развитию сельского хозяйства;
3. Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте;
4. Обеспечение всеохватного и справедливого качественного образования и поощрение возможности обучения на протяжении всей жизни для всех;
5. Обеспечение гендерного равенства и расширение прав и возможностей всех женщин и девочек;
6. Обеспечение наличия и рационального использования водных ресурсов и санитарии для всех;
7. Обеспечение доступа к недорогим, надежным, устойчивым и современным источникам энергии для всех;
8. Содействие неуклонному, всеохватному и устойчивому экономическому росту, полной и производительной занятости и достойной работе для всех;
9. Создание прочной инфраструктуры, содействие обеспечению всеохватной и устойчивой индустриализации и внедрению инноваций;

10. Снижение уровня неравенства внутри стран и между ними;
11. Обеспечение открытости, безопасности, жизнестойкости и устойчивости городов и населенных пунктов;
12. Обеспечение рациональных моделей потребления и производства;
13. Принятие срочных мер по борьбе с изменением климата и его последствиями;
14. Сохранение и рациональное использование океанов, морей и морских ресурсов в интересах устойчивого развития;
15. Защита, восстановление экосистем суши и содействие их рациональному использованию, рациональное управление лесами, борьба с опустыниванием, прекращение и обращение вспять процесса деградации земель и прекращение процесса утраты биологического разнообразия;
16. Содействие построению миролюбивых и открытых обществ в интересах устойчивого развития, обеспечение доступа к правосудию для всех и создание эффективных, подотчетных и основанных на широком участии учреждений на всех уровнях;
17. Укрепление средств достижения устойчивого развития и активизация работы механизмов глобального партнерства в интересах устойчивого развития.

ЦУР и рекомендации ООН по их достижению не препятствуют экономическому развитию, как кажется многим скептикам, а во многом стимулируют сотрудничество государств в вопросах международного экономического взаимодействия. Важным условием ответственного ведения бизнеса, который будет соответствовать времени, является повышение его экологичности, экономичности и рационализация использования ресурсов.

Большинство отечественных производственных, перерабатывающих, добывающих и иных отраслей имеют производственную базу, сформированную более 30 лет назад, в момент их создания в СССР. Также существенной проблемой являются устаревшие системы коммуникаций и инфраструктуры, которые ежегодно проходят плановый ремонт и, несмотря на это, выходят из строя.

Несмотря на это, Россия, как часть мировой экономической системы и участница рынка ценных бумаг, должна учитывать общемировые тенденции, такие как: успешное взаимодействие со стейкхолдерами, умение выстроить конструктивный диалог с государством и социумом, найти взаимовыгодные решения и эффективно их внедрить. При анализе деятельности компании также учитываются и риски, обусловленные социальным и экономическим влиянием компании на общество. Неудивительно, что в таких макроэкономических условиях одним из важнейших институтов цивилизованной рыночной экономики становится корпоративная социальная ответственность (КСО), которая является одним из показателей оценки эффективности компании.

Развитие тематики КСО и множество научных исследований в этой области не привели к консенсусу в вопросе согласованности определения корпоративной социальной ответственности. Однако все изученные подходы сходятся в одном, что корпоративная социальная ответственность – это ответственность бизнеса перед обществом в целом. В данном определении, общество выступает как различные заинтересованные стороны: партнеры, потребители, работники и иные лица, на которых влияет деятельность компании. КСО – это не только социальные программы для работников, но и широкие гуманитарные миссии, экологические проекты, содействие целям устойчивого развития общества и иные виды ответственности предприятия перед обществом.

Развитие концепции КСО привело к возникновению трех направлений ее реализации:

- Теория корпоративного эгоизма (классический);
- Теория корпоративного альтруизма;
- Теория разумного эгоизма.

Первое видит развитие общества в развитии состояния своих акционеров. Из-за того, что единственными бенефициарами, которые делят между собой прибыль компании, выступают ее участники, ее назвали теорией корпоративного эгоизма. Автором данной концепции является нобелевский лауреат по экономике Милтон Фридман (Milton Friedman), который описал ее в 1971 г. в статье «Социальная ответственность бизнеса – делать деньги». Недостатком теории является долгосрочный путь развития имиджа среди местного сообщества, если компания в краткосрочном периоде несет дополнительные расходы, то в долгосрочном выигрывает от улучшения корпоративного имиджа.

Теория корпоративного альтруизма строится на том, что компании для достижения своих целей необходимы ресурсы общества, и для повышения лояльности социума необходимо оказывать встречные услуги, что выражается в решении общественных проблем: экологических, гуманитарных, социальных и иных. Именно кризис 1973 года и появление публикации Фридмана стало причиной возникновения данной теории под авторством П. Друкера.

Третий подход берет свое начало от конца XIX века и развивается в книгах Айн Рэнд. Основа данного подхода строится на критике свободной передачи средств обществу. Корпоративный альтруизм как явление развращает общество, провоцирует снижение темпов его развития и снижает заинтересованность членов социума в деятельности. Развиваются институты благотворительности и спонсорские образовательные программы. КСО выступает уже не в роли донорской программы, а как способ сокращения потерь доли прибыли в результате снижения налогов в результате льгот от участия в государственных и муниципальных программах поддержки. Расходы на социальные и благотворительные программы помогают скрыть часть прибыли и повышают гудвилл в долгосрочной перспективе за счет общественного одобрения и создания имиджа меценатства, создают благоприятное социальное окружение и, следовательно, устойчивые прибыли.

Переход экономики России на рыночную экономику, небольшой срок деятельности института инвестирования и общий низкий уровень экономической и социальной грамотности требуют при исследовании КСО обращаться к западному опыту исследования данной тематики.

Западные компании наиболее широко используют синергический эффект от КСО. Наиболее перспективными направлениями для увеличения прибыли от использования данного инструмента выступают:

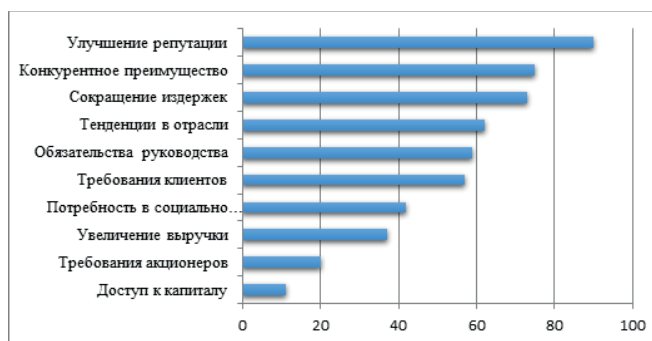
- лояльное к компании сообщество;
- снижение транзакционных издержек;
- снижение уровня неопределенности и рисков, соответственно;
- повышение капитализации компании за счет роста гудвилла и стоимости акций;
- рост лояльности потребителей;
- снижение издержек на привлечение персонала;
- иными выгодами.

Исследования выявили три основных показателя оценки бизнес-эффекта, связанных с участием компании в благотворительных программах:

- показатель окупаемости инвестиций, направленных в благотворительные программы (return on investment);
- показатель эффективности благотворительной помощи по сравнению с эффективностью других, не благотворительных, средств – реклама, стимулирование продаж и т.д. (efficiency measurement)
- показатель процесса реализации благотворительных программ (process measurement).

По данным консалтинговой компании PricewaterhouseCoopers, которая в 2012 году провела исследование «Sustainability survey», где респондентами стали 140 американских корпораций, главными целями применения корпоративной социальной ответственности являются нефинансовые мотивы компаний, как улучшение репутации, увеличение конкурентоспособности и следование основным тенденциям в отрасли.

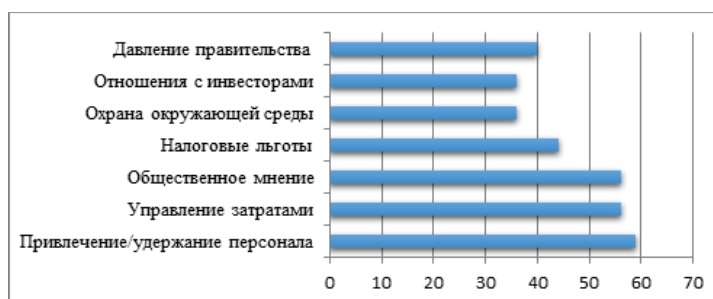
Рис. 1. Причины социальной ответственности компаний



В этом же исследовании PricewaterhouseCoopers отмечается, что в зависимости от размера компании и публичности ее деятельности меняется вероятность развития программы в сфере КСО. Необходимо также подчеркнуть, что 89% исследуемых компаний высказали уверенность в том, что внимание к корпоративной социальной ответственности со стороны фирм будет только расти в ближайшие несколько лет.

Еще одно международное исследование бизнеса, которое провела компания Grant Thornton в 2020 году, также говорит о необходимости внедрения социальных и этических приемов управления компанией, которые могут стать фундаментальными для достижения успеха на рынке.

Рис. 2. Стимулы КСО



Основополагающим фактором, который влияет на развитие корпоративной социальной ответственности, является необходимость привлечения и удержания высококвалифицированных работников (Рис. 3). Использование норм КСО увеличивает рентабельность и привлекательность компании для сотрудников и инвесторов. Также нельзя не отметить влияние таких факторов, как мнение общественности и управление затратами.

Шалтеггер и Вагнер (2006) в своей работе определяют пять основных преимуществ решения экологических и социальных проблем: прямые финансовые последствия. Социально ответственные компании могут получать некоторые преимущества от государства, как льготы, избежание штрафов; рыночные эффекты (удержание клиентов); влияние на бизнес и производственные процессы (снижение издержки производства); последствия

для обучения и организационного развития (мотивация для работников, инновации в ведении бизнеса); нерыночные эффекты (уменьшения давления со стороны общества по загрязнению окружающей среды в результате производства).

Также в исследовании PWC в 2021 году было проведено ранжирование выполнения и популярности ЦУР ООН в России за 2020 год. Результаты исследования показывают, что на сегодняшний день отсутствует единая позиция стейкхолдеров и бизнеса в вопросах приоритетного выполнения той и иной цели, что снижает эффект от выполнения остальных ЦУР компаниями в глазах общества и акционеров компании.

Рис. 3

Основные результаты



Агитация собственников бизнеса и государственная законодательная деятельность должна начинаться с разъяснения не только важности повышения КСО производства, но также приведения примеров очевидных выгод для бизнеса из-за притока средств инвесторов в результате выполнения ЦУР.

Примером этого может служить включение компании в различные фондовые агрегированные показатели, которые пользуются успехом среди инвесторов и посредством создания пула компаний с одинаковым направлением роста позволяют наращивать доходность при оптимальном риске.

На практике на основе различных показателей разрабатываются и применяются индексы, в структуре которых конкретно видны взаимосвязи между показателями, что позволяет наглядно выявлять реляционные связи.

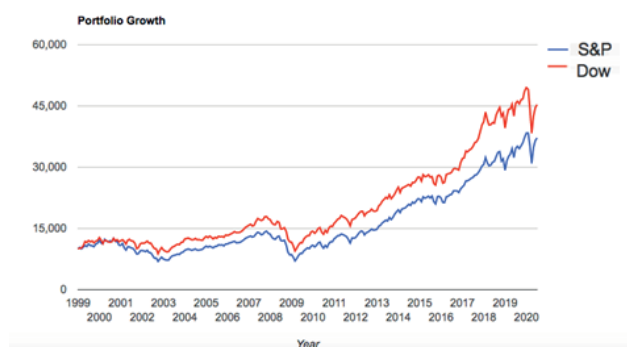
Фондовый рынок для облегчения формирования инвестиционных портфелей создал мировые фондовые индексы – DJSI и его европейский аналог – Доу-Джонс STOXX (Dow Jones STOXX Sustainability Index), который позволяет выявить степень вовлеченности бизнеса в решение социальных проблем. Большинство компаний, активно участвующих в биржевых операциях, стремятся формировать собственные индексы устойчивого развития, которые являются инструментами оценки качества деятельности в сфере устойчивого развития.

Для оценки выполнения ЦУР и уровня КСО рейтинговые агентства ежегодно рассылают компаниям чек-листы из 50 показателей: 60% идентичны для всего рынка, а 40% – различаются по отраслям. После оценки полученных ответов компании распределяются по степени успешности выполнения ЦУР в каждом секторе.

Индекс устойчивого развития Доу-Джонса, который запускался с участием передовых экспертов в области изучения биржевых операций, состоит из 1/10 глобального Dow Jones Industrial Average и включает компании, достигшие существенного успеха в выполнении ЦУР и развивающие КСО. В свою очередь европейский Dow Jones STOXX Sustainability Index состоит из лучших 20% компаний, составляющих индекс Dow Jones STOXX 600 Index.

Попадание в списки индекса устойчивого развития Доу-Джонса существенно повышает инвестиционную заинтересованность в акциях компании и на десятки процентов повышает ее капитализацию. Именно этим объясняется то, что средние финансовые показатели компаний, включенных в индексы, выше результатов Глобального индекса Доу-Джонса. На рис. 4 приведены линейные графики стоимости индексов DJGI и DJSI.

Рис. 4. Индекс Доу-Джонса



В представленной статье изучалось соотношение влияния корпоративной социальной ответственности на финансовую эффективность компании. В целом результаты исследования позволяют более прагматично оценить развитие тенденций в инвестиционной и академической среде, связанных с усилением нормативных требований в отношении социальной ответственности. Преимущественно реаллокативный характер данных организационных факторов, о котором свидетельствуют результаты исследования, подтверждает интуитивное предположение о наличии оптимума социальной ответственности и корпоративного управления, который соответствует не столько программным требованиям акционеров, сколько ожиданиям рынка относительно экономически эффективного предела корпоративного регулирования. При нарушении данного оптимума наблюдается рост риска инвестиций в компанию параллельно с ростом доходности, т. е. в рамках предлагаемой модели корпоративного управления и социальной ответственности положительная динамика данных факторов не обязательно является причиной улучшения инвестиционного потенциала, а может выступать лишь его эмпирическим коррелятом.

Представленные выводы могут иметь определенную ценность для дальнейшего изучения роли организационно-управленческих факторов в формировании финансовой политики и инвестиционного потенциала компаний как на развитых, так и развивающихся рынках. Политика социально ответственного бизнеса позволяет достичь компании стабильного положения на рынке за счет реализации мероприятий, которые помогают выстроить доверительные отношения с клиентами и партнерами, а также сформировать лояльное отношение работников компании и повышение вовлеченности сотрудников в рабочие процессы организации. В свою очередь доверие клиентов и лояльность сотрудников позволяют привлекать дополнительные инвестиции и расширять бизнес.

Список литературы

1. *Беляева И.Ю., Эскиндаров М.А.* Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект // монография – М.: КНОРУС, 2018.
2. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие// Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2019, 292 с.
3. *Литовченко С.И., Корсакова М.И.* Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания//М.: Ассоциация менеджеров, 2013. 100 с.
4. Communication from the Commission concerning Corporate Social Responsibility: A business contribution to sustainable development // [Electronic resource] Brussels, 2016. Mode of access: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0347:FIN:en:PDF>.
5. *Беляева И.Ю.* Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография. / И.Ю. Беляева. – М.: КНОРУС, 2018.
6. Даулинг, Г. Репутация фирмы. Создание, управление и оценка эффективности. / Г. Даулинг. – М.: Имидж-Контакт. 2003.
7. *Бадюкина, Е.* Ответственность и рост рыночной капитализации компаний / Е.А. Бадюкина, Н.В. Кучерина // Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2007. № 13. С. 22.
8. *Савицкая Л.* Корпоративная социальная ответственность. Жертвы или выгоды? / Л. Савицкая // Новый менеджмент. 2008.