
СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕСТВА SOCIAL PROBLEMS OF A SOCIETY

Научная статья

УДК 005.35

DOI: 10.35854/2219-6242-2021-4-6-11

От философии корпоративной социальной ответственности к рыночным и политическим реалиям *ESG*

Алексей Викторович Чечулин^{1, 2✉}, Сергей Николаевич Малявин³,
Андрей Викторович Лёгостев⁴

¹ Северо-Западный институт управления Российской Академии народного хозяйства и государственной службы, Санкт-Петербург, Россия

² Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» имени В. И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербург, Россия

³ Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена, Санкт-Петербург, Россия

⁴ Уральский государственный горный университет, Екатеринбург, Россия

Аннотация. Теория корпоративной социальной ответственности, идейно сформированная в США во второй половине XX в., существенно повлияла как на практику международного бизнеса, так и на воззрения ученых в области экономики и социологии. Моральная обязанность корпораций участвовать в решении социальных проблем, в благотворительности, просветительских и культурных проектах стала восприниматься как нечто обычное, как своеобразный добровольный социальный налог. Вместе с тем представители ряда классических экономических школ давно подвергали такой подход критике по разным причинам. Некоторые из них считали, что, во-первых, принципиальной целью крупного бизнеса является рост капитала акционеров, во-вторых, подобное социальное обязательство выглядит очень аморфным, предполагая лишь репутационные издержки для предпринимателя при его уклонении от реализации программ корпоративной социальной ответственности. На наш взгляд, ситуация в настоящее время кардинально изменяется, в том числе изменяются и концептуальные оценки. Данный подход радикально трансформируется под влиянием идей и практики *ESG*, стандарты которой становятся структурированными и обязательными для исполнения коммерческими компаниями в случае их доступа на премиальные рынки.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, предприниматели, *ESG*, устойчивое развитие, международные стандарты нефинансовой отчетности

Для цитирования: Чечулин А. В., Малявин С. Н., Лёгостев А. В. От философии корпоративной социальной ответственности к рыночным и политическим реалиям *ESG* // Социология и право. 2021. Т. 13. № 4. С. 6–11. <https://doi.org/10.35854/2219-6242-2021-4-6-11>

From the philosophy of corporate social responsibility to the market and political realities of ESG

Aleksey V. Chechulin^{1, 2✉}, Sergey N. Malyavin³, Andrey V. Legostev⁴

¹ North-West Institute of Management — Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, St. Petersburg, Russia

² St. Petersburg Electrotechnical University “LETI”, St. Petersburg, Russia

³ Herzen State Pedagogical University of Russia, St. Petersburg, Russia

⁴ Ural State Mining University, Ekaterinburg, Russia

Abstract. The theory of corporate social responsibility, ideologically formed in the USA in the second half of the twentieth century, significantly influenced both the practice of international business and the views of scientists in the field of economics and sociology. The moral obligation of corporations to participate in solving social problems, in charity, educational and cultural projects began to be perceived as something ordinary, as a kind of voluntary social tax. At the same time, representatives of a number of economic schools have long criticized this approach, believing, firstly, that the principal goal of big business is the growth of shareholders' capital, and secondly, such a social obligation looks very amorphous, assuming only reputational costs for an entrepreneur in case of his evasion from the implementation of CSR programs. In our opinion, the situation is currently changing dramatically. This approach is being radically transformed under the influence of ESG ideas and practices, whose standards become structured and mandatory for companies in case of their access to premium markets.

Keywords: corporate social responsibility, entrepreneurs, ESG, sustainable development, international standards of non-financial reporting

For citation: Chechulin A. V., Malyavin S. N., Legostev A. V. From the philosophy of corporate social responsibility to the market and political realities of ESG. *Sociology and Law*. 2021;13(4):6-11. <https://doi.org/10.35854/2219-6242-2021-4-6-11>

Введение

В 1953 г. Говард Боуэн в книге «Социальная ответственность бизнесмена» определил корпоративную социальную ответственность как реализацию политики, принятие таких решений, которые были бы желательны для целей и ценностей общества [1]. В настоящей статье мы будем рассматривать это классическое определение как базовое для анализа.

В дальнейшем оформились три варианта данной концепции: теория корпоративного эгоизма, теория корпоративного альтруизма и компромиссные теории. Некоторые позиции при этом, на наш взгляд, стали противоречить первоначальным идеям. В частности, теория «корпоративного эгоизма» знаменита высказыванием М. Фридмана о том, что «единственная социальная ответственность бизнеса — это приносить прибыль» [2]. С учетом приведенной точки зрения становится очевидным, что главная задача любого бизнеса — способствовать получению максимально возможного дохода собственникам или акционерам компании. Тем не менее классическую версию концепции корпоративной социальной ответственности на протяжении длительного времени воспринимали как доминирующую, как ориентир для социально ответственного бизнеса, преподаватели рассказывали о ней в данном аспекте студентам в вузах.

Постановка проблемы и методология

Общество в целом и различные социальные группы сегодня активно отстаивают свои права, борются с социальной дискриминацией, требуют от государства и бизнеса уважать их интересы. Несправедливое распределение общественного богатства в большинстве стран мира вызывает социальное напряжение и конфликты.

Концепция корпоративной социальной ответственности стала реакцией на эти процессы, попыткой смягчить существующие противоречия между обществом и крупным бизнесом. Многочисленные примеры эффективных и полезных программ социальной ответственности общеизвестны. Их инициаторы — предприниматели — заслуженно пользуются уважением в обществе. Вместе с тем в целом такие кейсы, а с ними и доктрина социальной ответственности не устраняют фундаментальных причин общественного неравенства и несправедливости. Принципы корпоративной социальной ответственности не требуют их обязательного исполнения всеми субъектами бизнеса [3].

Кроме того, новые реалии, связанные с изменением климата, ухудшением экологической ситуации, сокращением стратегически важных для человечества природных ресурсов, существенно повлияли на отношение к бизнесу, понимание его роли в современном обществе. Массовым становится мнение о том, что лишь добровольное следование предпринимательским сообществом общим принципам корпоративной социальной ответственности не улучшает наш мир. В частности, программы корпоративной социальной ответственности, даже общественно полезные (поддержка культуры, детского спорта и т. д.) не мешают металлургическим и химическим комбинатам в мире загрязнять природу, не делают бизнес прозрачнее, не способствуют повышению уровня жизни и социального самочувствия рядовых сотрудников автоматически.

Поэтому появление новых идей и подходов, которые видоизменяют идеологию корпоративной социальной ответственности, расширяют ее, представляется неудивительным. При этом ряд доктрин смело можно признать принципиально новыми подходами, хотя и сохраняющими пафос и общий характер изложенных идей. Важнейшим в данном случае стала концепция устойчивого развития, предложенная ООН еще в 70-е гг. XX в. как принцип, основанный на идеях сбалансированного социального, экономического, экологического и культурного развития человечества.

Хотя идея устойчивого развития завоевывала умы постепенно, можно согласиться с выводом Е. Б. Завьяловой о том, что в настоящее время «...происходит поглощение концепции корпоративной социальной ответственности более масштабной концепцией устойчивого развития» [4]. Человечество сегодня сталкивается со множеством острых проблем, которые, безусловно, существовали так или иначе и раньше, но современная ситуация заставила их переосмыслить. Среди них — группы вызовов, связанных с климатической повесткой (повышением среднемировой температуры, таянием ледового пояса планеты, медленным повышением уровня океанов и затоплением приморских территорий); экологические проблемы, требующие значительного снижения использования «грязной» энергии, внедрение «зеленых» стандартов и технологий, минимизация чрезмерного социального неравенства, повышение качества корпоративного и публичного управления в глобальном масштабе.

Вследствие этого особое значение приобрели идеи *ESG*, которые можно рассматривать как часть идеологии устойчивого развития, но как часть самостоятельную и оказывающую существенное воздействие на современные рыночные

реалии и административную практику передовых государств. *Environmental, Social, Governance* — экологические и социальные факторы, а также факторы корпоративного управления. Эти идеи не просто завоевывают умы, но и приобретают черты конкретных регуляторных механизмов, которые правительства намерены использовать в регулировании ряда рыночных процессов, влияя на экологическую культуру предприятий, соблюдение социальных стандартов и высокого качества, а также прозрачности корпоративного управления.

Идеи *ESG* на данном этапе не слишком известны, и даже предприниматели, которые знают и понимают эти принципы, зачастую их не поддерживают в полной мере ввиду причин как ментального и культурного характера, так и причин, связанных с бюджетными ограничениями, отсутствием внятной регуляторной политики правительств и международных торговых союзов. В частности, *PwC* и Аналитическим центром Национального агентства финансовых исследований (НАФИ) осенью 2021 г. всесторонне изучены отношения российских предпринимателей к новейшим трендам на мировых рынках.

При проведении исследования опрошен 1001 руководитель российских компаний, представляющих крупный, средний и малый бизнес. Выяснилось, что 58 % респондентов не имеют предметного представления об идеях *ESG*. Лишь 14 % знающих о *ESG*-принципах респондентов (6 % от числа опрошенных предпринимателей) заявили, что для успеха их бизнеса следует учитывать лучшие практики такого рода. 78 % руководителей, которые знают о принципах *ESG* (31 % в пересчете от всех опрошенных предпринимателей), утверждают, что в настоящее время их соблюдение не является важным фактором для продолжения сотрудничества с партнерами, инвесторами и кредиторами. По большей части в данном случае речь идет о предприятиях, работающих на локальном российском рынке. Почти каждый третий участник исследования (30 %), осведомленный о принципах *ESG* (или 12 % в пересчете от всех опрошенных предпринимателей), не соблюдает их в своей практике, но планирует это делать в будущем. 41 % осведомленных о принципах *ESG* (16 % от всех предпринимателей) соблюдают все или часть этих принципов [5].

Итак, концепция *ESG*, по нашему мнению, как составная часть философии устойчивого развития постепенно становится основой видения будущего экономического и социального прогресса. Но относительно низкий уровень известности этих идей и принципов в предпринимательской среде и обществе в целом мешает их реализации.

Решения

Ключевую роль в решении задач устойчивого развития играют ведущие международные организации, прежде всего ООН, специализированные саммиты и национальные правительства, задающие более жесткие экологические стандарты. Целью также служит стимулирование «зеленого перехода» экономики — бизнеса, общественного сектора и частных домохозяйств, что предполагает, в частности, плановое снижение (отказ) от использования угля и иных видов ископаемого топлива. Это связано и со значительными затратами, инвестициями, что предполагает ключевую роль в реализации подобных программ со стороны государства, которое неизбежно должно предложить способы субсидирования либо другой помощи в таком процессе.

Конференция ООН по изменению климата 2015 г. во Франции привела к разработке Парижского соглашения. Его цель состоит в том, чтобы способствовать снижению выбросов парниковых газов и адаптации компаний к изменениям

климата. В частности, Россия приняла обязательство сократить выбросы парниковых газов с 25 % до 20 % к 2030 г. по сравнению с 1990 г. Позднее наша страна объявила о готовности к 2060 г. достичь углеродной нейтральности. Развитые страны, в свою очередь, обязались основать фонд для финансирования «зеленых» программ стран со слабой экономикой.

Правительство России, как и власти других передовых стран, реализует амбициозные программы такого рода [6]. Несомненно, эта политика должна стать более активной и требовательной по отношению к экономическим субъектам. Подобные программы должны быть реализованы как обязательные для исполнения коммерческими компаниями и остальными экономическими субъектами.

В то же время корпорации добровольно принимают обязательства радикального изменения своей энергетической и экологической политики. Помимо причин, связанных с высокой социальной ответственностью собственников, это вызвано регуляторным давлением со стороны правительств, устанавливающих специальные пошлины для «грязной» продукции и, напротив, льготы для соответствующей требованиям продукции, а также банков, реализующих программы «зеленого кредитования». Не меньшее значение имеют и требования со стороны инвесторов, предельно чутко относящихся сегодня к данной тематике, обращающих внимание, в частности, на *ESG*-рейтинги и другие данные независимых операторов. Крупнейшие инвесторы, представляя прежде всего развитые западные рынки, транслируют данные стандарты в глобальном масштабе, что способствует их повсеместному распространению [7].

Таким образом, полагаем, что ключевую роль в популяризации и реализации идей *ESG* сегодня играют международное сообщество, национальные правительства, рыночные субъекты (предприятия и инвесторы), экспертное и научное сообщество. Мы уверены, что эта роль должна возрасти и быть более активной. Концепция *ESG* уже стала ключевой частью философии и стратегии устойчивого развития, но ее концептуальный статус не в полной мере определен. Необходимо способствовать интеграции данной концепции в учебные программы вузов и массовому просвещению.

Заключение

Можно констатировать, что сегодня мы находимся в начальной стадии общемирового «зеленого перехода» и в целом принятия новой стратегии устойчивого развития, предполагающей высокую социальную ответственность и качество корпоративного управления. *ESG* — действительно разумная стратегия, реализация которой позволит существенно повысить качество жизни человечества. При этом она не рассматривается как некий аморфный свод идей, но имеет большой шанс быть реализованной благодаря политической воле правительств, пониманию разумности и неизбежности трансформации со стороны корпораций, а также принятию этих идей рядовыми гражданами. Залогом этого служит взаимозависимость современного мира.

Список источников

1. Bowen H. R. Social Responsibilities of the Businessman. New York: Harper, 1953. 276 p.
2. Фридман М. Капитализм и свобода. М.: Новое издательство, 2006. 236 с.
3. Чечулин А. В. Стратегические коммуникации в программах маркетинга территорий // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике. 2016. № 2. С. 201–206.
4. Завьялова Е. Б. Корпоративная социальная ответственность: эволюция подходов и идей // Финансовый бизнес. 2018. № 2 (193). С. 26–31.

5. 1001 мнение российских бизнес-лидеров: вторая волна исследования PwC и НАФИ: исследование // Аналитический центр НАФИ. 2021. 25 ноября. URL: <https://nafi.ru/analytics/1001-mnenie-rossiyskikh-biznes-liderov-2-ya-volna-issledovaniya-pwc-i-nafi/> (дата обращения: 27.11.2021).
6. *Захаров Н. Л.* Организационное поведение государственных служащих: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2014. 237 с.
7. *Чечулин А. В., Решетников М. М.* Общественное признание. СПб.: Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена, 2001. 101 с.

Информация об авторах

А. В. Чечулин — доктор философских наук, профессор, профессор кафедры журналистики и медиакоммуникаций (СЗИУ РАНХиГС); 199178, Санкт-Петербург, Средний пр. В.О., д. 57/43; профессор кафедры связей с общественностью (СПБГЭТУ «ЛЭТИ»); 197376, Санкт-Петербург, ул. Профессора Попова, д. 5; chchulindom@yandex.ru✉; 0000-0001-7643-3679

С. Н. Малявин — доктор философских наук, профессор, профессор кафедры социологии; 191186, Санкт-Петербург, наб. реки Мойки, д. 48; malyavins@mail.ru; 0000-0002-3682-1156

А. В. Лёгостев — кандидат социологических наук, директор института дополнительного профессионального образования; 620144, Екатеринбург, Куйбышева ул., д. 30; andrey.logostev@gmail.com

Information about the authors

A. V. Chechulin — Doctor of Philosophy, Professor, Professor of the Department of Journalism and Media Communications (NWIM RANEPА); 57/43 Sredniy Ave., V.O., St. Petersburg 199178, Russia; Professor of the Department of Public Relations (ETU “LETI”); 5 Professora Popova Str., St. Petersburg 197376, Russia; chchulindom@yandex.ru✉; 0000-0001-7643-3679

S. N. Malyavin — Doctor of Philosophy, Professor, Professor of the Department of Sociology; 48 Moyka River Emb., St. Petersburg 191186, Russia; malyavins@mail.ru; 0000-0002-3682-1156

A. V. Legostev — PhD in Sociology, Director of the Institute of Continuing Professional Education; 30 Kuybysheva Str., Ekaterinburg 620144, Russia; andrey.logostev@gmail.com

Конфликт интересов: авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Conflict of interest: the authors declare no conflict of interest related to the publication of this article.

Статья поступила в редакцию 29.11.2021; одобрена после рецензирования 13.12.2021; принята к публикации 27.12.2021.

The article was submitted 29.11.2021; approved after reviewing 13.12.2021; accepted for publication 27.12.2021.