
ПОЛИТИКА И ОБЩЕСТВО

POLITICS AND SOCIETY

*БОРОВСКИЙ Марк Борисович
аспирант, ассистент, Российский
университет транспорта,
Москва, Россия
mark77709@mail.ru*

*BOROVSKY Mark Borisovich
Postgraduate Student, Assistant,
Russian University of Transport,
Moscow, Russia
mark77709@mail.ru*

ESG-концепция как важнейший инструмент государственной политики формирования социально ответственного бизнеса / ESG is a concept as the most important tool of state policy for the formation of socially responsible business

Аннотация

Концепция ESG стала ключевым фактором в современной бизнес-среде, поскольку компании сталкиваются с необходимостью адаптации своих практик в ответ на растущие ожидания со стороны общества и заинтересованных сторон. В рамках данной статьи автор поднимает вопрос необходимости выстраивания эффективной государственной политики в области формирования социально ответственного бизнеса, проводя анализ на основе деятельности региональных Торгово-промышленных палат РФ. Основная часть исследования посвящена анализу основных факторов, способствующих внедрению ESG-подхода в практику российских компаний.

Ключевые слова

Социальная ответственность бизнеса; ESG; ТПП; государственная политика.

Abstract

The concept of ESG has become a key factor in today's business environment as companies face the need to adapt their practices in response to rising expectations from society and stakeholders. The author raises the issue of the necessity to develop an effective state policy in the forming socially responsible business, analyzing the performance of the regional Chambers of Commerce and Industry of the Russian Federation. The main part of the study is devoted to the analysis of the main factors conducing to the implementation of the ESG approach in the Russian companies.

Keywords

Social responsibility of business; ESG; CCI; public policy.

В современных экономических условиях с каждым годом растет необходимость у компаний включать в основу своего тактического

развития концепцию социальной ответственности. Корпоративная социальная ответственность (CSR) постепенно становится ключевым элементом стратегического планирования компаний и предпринимателей. Это связано с осознанием, что деятельность бизнеса затрагивает не только экономическую сферу, но и общественную жизнь. Согласно подходу CSR, компании, в первую очередь, должны осознавать влияние своей деятельности на различные аспекты жизни общества и, как следствие, должны брать на себя ответственность за обеспечение минимизации негативных последствий своей деятельности¹.

Современные компании все чаще включают социальную ответственность в свои корпоративные программы, охватывающие широкий спектр инициатив. Данные инициативы включают в себя обучающие программы по развитию профессиональных навыков сотрудников, финансовые вложения в инфраструктурные проекты местного уровня, участие в деятельности благотворительных организаций и уменьшение объема выбросов парниковых газов. Эти программы могут способствовать поддержке различных социальных категорий населения, решению экологических проблем и развитию общества в целом².

Участие в социальных проектах, финансирование общественно значимых инициатив, предоставление товаров и услуг, а также организация волонтерской помощи являются основными направлениями деятельности в рамках программ CSR, которые помогают не только решать текущие проблемы, но и формировать положительный имидж компании³.

Благодаря эффективному управлению КСО улучшается взаимодействие с заинтересованными сторонами, укрепляется имидж компании на рынке и усиливается привлекательность компании для квалифицированных специалистов. Это, в свою очередь, повышает лояльность клиентов и позволяет компании оставаться конкурентоспособной. Однако важно понимать, что социальная ответственность может обернуться существенными финансовыми затратами для некоторых организаций. В связи с этим, при разработке и реализации подобных программ необходимо тщательно анализировать имеющиеся ресурсы и реальные потребности общества, чтобы найти оптимальный баланс между возможностями компании и нуждами общества⁴.

¹ Бизнес как субъект социальной политики: должник, благодетель, партнер? / А.Е. Чирикова, Н.Ю. Лапина, Л.С. Шилова, С.В. Шишкин (отв. ред.). - Независимый институт социальной политики. М.: ГУ-ВШЭ, 2005. - 280с. (дата обращения: 05.08.2024), с.280

² Василенко Е.В. Корпоративная социальная ответственность в современной России: политологический аспект: Автореф. дис. канд. полит. наук. Москва, 2009. (дата обращения: 12.08.2024).

³ Шевченко Е. А. Роль социальной ответственности бизнеса в социально-экономическом развитии территории / Е. А. Шевченко, С. И. Луговской // Kant. – 2023. – № 3(48). – С. 96-101. (дата обращения: 20.08.2024).

⁴ Социальная политика государства и бизнеса: учебник для вузов / О. А. Канаева [и др.];

Немаловажным аспектом в формировании социально ответственного бизнеса является выстраивание эффективной государственной политики в данном векторе. С политологической точки зрения государственная политика формирования социально ответственного бизнеса в России может быть проанализирована на основе деятельности региональных Торгово-промышленных палат (ТПП) РФ. Ключевые аспекты данного анализа:

1. Участие государства и ТПП в продвижении концепции корпоративной социальной ответственности (КСО) среди бизнеса:

- Организация совместных мероприятий, круглых столов, конференций по вопросам КСО;
- Разработка рекомендаций, методических пособий, кодексов этики для бизнеса;
- Запуск конкурсов, премий, рейтингов социально ответственных компаний.

2. Механизмы, направленные на стимулирование социально ответственного поведения бизнеса:

- Предоставление информационной и консультационной поддержки компаниям в области КСО;
- Получение предприятиями, включающими КСО в свое управление, налоговых льгот, государственных закупок и другие преимущества;
- Создание положительного имиджа и укрепление репутации компаний, демонстрирующих высокий уровень социальной ответственности.

3. Проблемы и ограничения, связанные с внедрением политики формирования социально ответственного бизнеса:

- Низкая мотивация части бизнеса к социальным инвестициям;
- Дефицит компетенций и опыта в сфере КСО у многих предприятий;
- Недостаточная координация действий государства, ТПП и бизнес-сообщества.

4. Перспективы развития государственной политики и роль региональных ТПП:

- Совершенствование нормативно-правовой базы и финансовых механизмов стимулирования КСО;
- Расширение практики включения критериев КСО в госзакупки и инвестиционные проекты;
- Более активное вовлечение региональных ТПП в реализацию политики формирования социально ответственного бизнеса.

Обобщая, можно сказать, что деятельность региональных ТПП выступает важным элементом государственной политики по развитию

под редакцией О. А. Канаевой. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 251-325 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03190-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536185> (дата обращения: 24.08.2024)

социально ответственного предпринимательства в России.

Следует отметить, что сегодня в рамках деятельности ТПП особое внимание уделяется активному развитию ESG-практик в нашей стране. Совершенствование государственной политики в данном направлении играет важнейшую роль и оказывает положительное воздействие на различные аспекты бизнеса и общества.

Внедрению ESG-подхода в практику российских компаний способствуют следующие факторы, рассмотренные ниже.

1) Конкретизация законодательства.

Активное стимулирование внедрения ESG-принципов происходит и на государственном уровне. Закон «О побочных продуктах животноводства», принятый в 2022 году, и внесенные изменения в ФЗ «О недрах» и «Об отходах производства и потребления», конкретизируют требования к компаниям в области КСО. Согласно вступившему в силу ФЗ № 296-ФЗ «Об ограничении выбросов парниковых газов» предприятия, превышающие норму парниковых выбросов обязаны предоставлять углеродную отчетность. С 2023 года начали предоставляться налоговые льготы и государственные субсидии компаниям, перерабатывающим отходы, в качестве мотивации для перехода на ESG.

2) Привлечение инвестиций и получение кредитов.

Инвесторы все чаще отдают предпочтение компаниям с высокими показателями ESG, что способствует привлечению средств и упрощенному получению кредитов. Компании, имеющие продуманные ESG-стратегии, выглядят прозрачными и предсказуемыми, что привлекает инвесторов, стремящихся снизить риски. Российские банки также адаптируют свои подходы, уделяя внимание оценке соответствия деятельности клиентов принципам устойчивого развития перед выдачей кредитов.

3) Общественные запросы.

Представители платежеспособной аудитории, представленной поколением Y, все больше интересуются вопросами социальной и экологической ответственности. Данные потребители ожидают, что компании, чьи товары и услуги они приобретают, будут разделять их ценности и вести ответственный бизнес, ориентированный на общественное благо, что, в свою очередь, стимулирует компании внедрять ESG-принципы в свою деятельность, чтобы соответствовать ожиданиям потребителей.

4) Заполнение ценностного вакуума.

Уход западных компаний, которые на протяжении десятилетий формировали потребительские ожидания в части корпоративной социальной ответственности, оставил российский рынок без прежних стандартов. Отечественным компаниям необходимо вырабатывать новые ценности, адаптируясь к изменившимся условиям и новым запросам общества. Это также включает поляризацию общественного мнения в отношении устойчивого развития, что требует от бизнеса

гибкости и способности адаптироваться¹.

5) Укрепление имиджа на рынке труда.

Компании, которые внедряют принципы КСО в управление, включая создание комфортных условий труда и устранение дискриминационных барьеров, значительно улучшают свой имидж как работодатели. Такой подход делает их привлекательными для потенциальных сотрудников, снижает затраты на подбор персонала и уменьшает текучесть кадров. Это особенно важно в условиях нехватки квалифицированной рабочей силы.

6) Маркетинговые преимущества и новый подход к продвижению.

Следование ESG-трендам стало важной составляющей маркетинговой стратегии многих компаний. Внедрение принципов устойчивого развития в корпоративную деятельность помогает повышать лояльность осознанной аудитории и привлекать новых клиентов, которые стремятся к ответственному потреблению. Задача компаний заключается в эффективной коммуникации со своей аудиторией относительно своего вклада в устойчивое будущее.

Выводы:

1) События последних лет на мировой арене существенно повысили значимость ESG-концепции, превратив ее в естественное продолжение корпоративной социальной ответственности в триединой парадигме устойчивого развития.

2) ESG становится базовой основой стратегии бизнеса по всему миру, несмотря на отсутствие единого подхода к её внедрению. Каждый бизнес самостоятельно определяет, какой аспект ESG для него является приоритетным, исходя из своих особенностей и целей.

3) Ключевыми тенденциями развития ESG в российском бизнесе стали адаптация существующих моделей под ESG-требования, смещение акцентов в целях предпринимательства, усиление нефинансовой отчетности и приоритет в использовании ресурсосберегающих технологий.

4) Несмотря на экономические вызовы, российский бизнес продолжает внедрять ESG-подходы, что укрепляет их позиции как на внутреннем, так и на международном рынке, особенно в азиатском регионе.

Таким образом, программы КСО, а также благотворительные проекты оказывают значительное влияние на развитие социальной сферы, защиту окружающей среды и стимулирование экономического прогресса. Современный бизнес все больше осознает важность сочетания коммерческой деятельности с обязательствами перед обществом как эффективного инструмента для обеспечения устойчивого развития.

¹ Харина К. С. Социальная ответственность бизнеса и ее роль в решении социальных проблем / К. С. Харина // Студенческий. – 2022. – № 35-4(205). – С. 17- 18. (дата обращения: 20.08.2024)

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Бизнес как субъект социальной политики: должник, благотель, партнер? / А.Е. Чирикова, Н.Ю. Лапина, Л.С. Шилова, С.В. Шишкин (отв. ред.). - Независимый институт социальной политики. М.: ГУ-ВШЭ, 2005. - 280с. (дата обращения: 05.08.2024).
2. Василенко Е.В. Корпоративная социальная ответственность в современной России: политологический аспект: Автореф. дис. канд. полит. наук. Москва, 2009. (дата обращения: 12.08.2024).
3. Социальная политика государства и бизнеса: учебник для вузов / О. А. Канаева [и др.]; под редакцией О. А. Канаевой. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 251-325 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03190-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536185> (дата обращения: 24.08.2024).
4. Харина К. С. Социальная ответственность бизнеса и ее роль в решении социальных проблем / К. С. Харина // Студенческий. — 2022. — № 35-4(205). — С. 17- 18. (дата обращения: 20.08.2024).
5. Шевченко Е. А. Роль социальной ответственности бизнеса в социально-экономическом развитии территории / Е. А. Шевченко, С. И. Луговской // Kant. — 2023. — № 3(48). — С. 96-101. (дата обращения: 20.08.2024).

REFERENCES

1. Business as a subject of social policy: debtor, benefactor, partner? [*Biznes kak sub'ekt social'noj politiki: dolzhnik, blagodel'el', partner?*] / A.E. Chirikova, N.Y. Lapina, L.S. Shilova, C.B. Shishkin (ed.). - Independent Institute of Social Policy. Moscow: Higher School of Economics, 2005. - 280s. (date of reference: 08.05.2024).
2. Vasilenko E.V. Corporate social responsibility in modern Russia: a political science aspect [*Korporativnaya social'naya otvetstvennost' v sovremennoj Rossii: politologicheskij aspekt*]: Abstract of the dissertation of the Candidate of Political Sciences. Moscow, 2009. (date of access: 08.12.2024).
3. Social policy of the state and business: textbook for universities [*Social'naya politika gosudarstva i biznesa*] / O. A. Kanaeva [et al.]; edited by O. A. Kanaeva. — Moscow: Yurait Publishing House, 2024. — 251-325 p. — (Higher education). — ISBN 978-5-534-03190-4. — Text: electronic // Yurayt Educational platform [website]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536185> (date of application: 08.24.2024).
4. Kharina K. S. Social responsibility of business and its role in solving social problems [*Social'naya otvetstvennost' biznesa i ee rol' v reshenii social'nyh problem*] / K. S. Kharina // Student's. — 2022. — № 35-4(205). — Pp. 17-18. (date of reference: 08.20.2024).
5. Shevchenko E. A. The role of social responsibility of business in the socio-economic development of the territory [*Rol' social'noj otvetstvennosti biznesa v social'no-ekonomicheskom razvitii territorii*] / E. A. Shevchenko, S. I. Lugovskoy // Kant. — 2023. — № 3(48). — Pp. 96-101. (date of reference: 08.20.2024).