

УДК 330/378

**СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА И ГОСУДАРСТВА КАК
ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**
**SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS AND THE STATE AS A FACTOR OF
COMPETITIVENESS**

И.Э. Гергиев, А.И. Позмогов, А.Д. Кокаева, Т.Р. Дзантиева
I.E. Gergiev, A.I. Pozmogov, A.D. Kokaeva, T.R. Dzantieva

Владикавказский филиал федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Владикавказ, email: irasgergiev79@gmail.com

Vladikavkaz branch of the federal state educational budget institution of higher education "Financial University under the Government of the Russian Federation", Vladikavkaz, email: irasgergiev79@gmail.com

Аннотация

В данной статье рассмотрены ESG-принципы, основанные на трех взаимосвязанных составляющих — экологии (Environmental), социальной политике (Social) и корпоративном управлении (Governance). Вовлеченность российских компаний в социально-экономические, политические и экологические вопросы является сегодня крайне низкой. Данное исследование помогает понять особенности внедрения принципов социальной ответственности бизнеса, зарекомендовавшей себя как на мировом рынке, так и в России. Для нашей страны социальная ответственность бизнеса является сравнительно новой концепцией, среди российских бизнесменов отсутствует её комплексное понимание и оценка значимости ESG.

Abstract

This article discusses ESG principles based on three interrelated components - ecology (Environmental), social policy (Social) and corporate governance (Governance). The involvement of Russian companies in socio-economic, political and environmental issues is extremely low today. This study helps to understand the features of implementing the principles of social responsibility of business, which have proven themselves both in the world market and in Russia. For our country, social responsibility of business is a relatively new concept; among Russian businessmen there is no comprehensive understanding of it and assessment of the importance of ESG.

Ключевые слова: социальная ответственность, стратегические программы ESG, мировой финансовый кризис, экологическая ответственность, корпоративная ответственность, государственный и частный менеджмент, санкции.

Keywords: social responsibility, ESG strategic programs, global financial crisis, environmental responsibility, corporate responsibility, public and private management, sanctions.

Введение

В условиях мирового финансового кризиса, санкций и пандемии COVID-19 возросла роль нематериальных активов бизнеса, которые заставляют организацию

совершенствовать свои инновационные продукты, сервисы и другие технологии для развития человеческого, интеллектуального и социального капитала.

В настоящее время корпоративная социальная ответственность (КСО) важна для общества и самого бизнеса. В последние 15-20 лет КСО стала важной частью повестки дня в глобальном масштабе. Каждая компания, которая не следует этому тренду, становится архаичной.

Отсутствие в России стандартов публичной финансовой отчетности представляет огромную проблему для взаимодействия власти, бизнеса и общества.

Публичная финансовая отчетность очень важна для прозрачности, ответственности бизнеса и его инвестиционной привлекательности. На данный момент в РФ нет стандартов публичной финансовой отчетности, они не гармонизированы с международными стандартами. Это проблема, которую нужно срочно исправить. В мировом рейтинге по раскрытию финансовой отчетности за 2022 год, Россия заняла 22 место, а например Бразилия и Китай расположились соответственно на 8 и 13 местах. Необходимо для решения этой проблемы - принятие закона о публичной финансовой отчетности.

Государственной Думой уже подготовлен законопроект по публичной финансовой отчетности. В рамках этого проекта крупные компании (от 10 млрд. руб. выручки), как частные, так и государственные, должны будут раскрывать свою финансовую отчетность (в обязательном порядке) [1].

Ключевой запрос российского бизнеса сегодня — примеры практических инструментов, которые бы помогали бизнесу достичь устойчивого развития.

Следующий шаг — сделать так, чтобы все сотрудники понимали пользу и ответственность приверженности устойчивому развитию. И тогда кумулятивный эффект станет конкурентным преимуществом компании и даст на порядок больший эффект от приложенных усилий.

До недавнего времени отечественные и зарубежные инвесторы мало уделяли внимания таким показателям, как экологическая, социальная и корпоративная ответственность компаний (ESG) (см. рис. 1) [1].



Рис. 1. Показатели экологической, социальной и корпоративной ответственности компаний (ESG)

Стратегической задачей государственного и частного менеджмента является умение предвидеть, какие проблемы ESG будут актуальны в экономике, выявлять и планировать их решение. Современным руководителям необходимо осмысливать действия различных социально-экономических субъектов, их мотивы, а также конфликты, возникновение которых может послужить толчком к переменам.

Результаты исследования и их обсуждение

Для того, чтобы не остаться «за бортом» глобального перераспределения потоков капитала, руководители (представители) органов власти и управления всех уровней, включая руководителей учреждений, организаций и предприятий учитывают ESG-факторы в конкретных действиях по обеспечению непрерывности, оценивают альтернативы, составляют планы по смягчению негативных последствий, внедряют и поддерживают системы менеджмента непрерывности бизнеса.

Применение международных стандартов позволяет рассматривать ESG-факторы во взаимосвязи с факторами, негативно влияющими на непрерывность бизнеса, ESG-риски – в совокупности с рисками непрерывности бизнеса.

В последующем, сообщество стейкхолдеров государственной власти и бизнеса будут и далее предъявлять все более жесткие требования по улучшению показателей ESG (см. рис. 2) [2].

Инвесторы, как правило, для формирования полной финансово-хозяйственной картины компании (корпорации с государственным участием) тщательно анализируют ESG-метрики для выявления ESG-рисков и возможностей, а также для принятия обоснованного управленческого решения.

В условиях растущей неопределенности и риска государство и бизнес, игнорирующие глобальные тренды, сталкиваются с ограничениями в привлечении финансирования, особенно «длинных» денег. Инвесторы, как и другие заинтересованные стороны, нередко оспаривают предположения, задают трудные, но необходимые вопросы в сфере взаимодействия государства и бизнеса (государственно-частное партнёрство).



Рис. 2. Ключевые факторы ESG

Баланс интересов можно найти, опираясь на международные стандарты, в которых аккумулирован многолетний опыт экспертов разных сфер деятельности.

В текущей социально-экономической ситуации особенно важна гибкость и скорость реакции на изменения, сбои в работе бизнес-процессов, а также способность интеграции ESG-факторов в стратегическое планирование (в рамках социально-экономического взаимодействия власти, частного бизнеса и российского общества).

Сегодня стейкхолдерам очень важно знать, как корпоративная культура (цели, принципы и ценности компании) способствуют планированию непрерывности в части восстановления после сбоев в работе (кризиса), а также при подготовке к другим возможным перебоям цифровых платформ и экосистем – непосредственно во взаимосвязи с ESG-факторами.

В ходе нашего исследования было установлено, что у российских компаний в настоящее время существует необходимость внедрения новой управленческой парадигмы, предусматривающей обязательное включение вопросов ESG в стратегическое и оперативное планирование деятельности корпорации [3, 4, 5, 6].

Почему сегодня бизнесу нужно пытаться улучшить показатели ESG? Прежде всего, потому, что все стейкхолдеры — внутри и за пределами компании — должны действовать в интересах общества (см. рис. 3) [6].

Во-первых, забота о ESG помогает государственному и частному менеджменту снизить капитальные издержки и повысить деловую репутацию. Все больше инвесторов хотят вкладывать деньги в компании с высоким рейтингом ESG, а значит, такие хозяйствующие субъекты будут привлекать больше средств.

Во-вторых, конструктивные меры и открытость в вопросах ESG помогают компаниям сохранять капитализацию в условиях, когда государственные органы и международные регуляторы все чаще требуют раскрытия такой информации.

Социальный аспект				Управленческий аспект	
Человеческий капитал	Ответственность за качество продукции	Сопротивление заинтересованных сторон	Социальная возможность	Корпоративное управление	Корпоративное поведение
Управление трудовыми ресурсами	Безопасность и качество продукции	Использование сырья из непроверенных источников	Возможности общения	Социокультурное многообразие совета директоров	Бизнес-этика
Охрана здоровья и безопасность	Химическая безопасность		Доступность финансирования	Вознаграждение топ-менеджмента	Недобросовестная конкуренция
Развитие кадровых ресурсов	Безопасность финансовых продуктов		Доступность здравоохранения	Собственность	Коррупция и нестабильность
Условия труда в цепочках поставок	Защита персональных данных и информационная безопасность		Возможности системы здравоохранения и продовольственной системы	Отчетность	Стабильность финансовой системы
	Ответственное инвестирование				Налоговая прозрачность
	Риск для здоровья и демографии				

Рис. 3. Социально-управленческие аспекты ESG

В-третьих, если совет директоров заботится об устойчивом развитии и о деловой репутации корпорации, то со стороны акционеров не будут возникать дополнительные вопросы. С ростом числа инвесторов, желающих вкладывать деньги в ESG и активов под эти стратегические цели будет расти влияние новых акционеров на возможные перемены [6].

В-четвертых, что самое важное, забота о ESG — это часть долгосрочной стратегии, а компаниям, являющимся участниками одной из сторон сферы взаимодействия государства и бизнеса (государственно-частное партнёрство) всегда нужны инвесторы, поддерживающие стратегическое видение и планы руководства.

Сегодня большинство компаний относятся к мерам ESG как к одной из мер защиты своей репутации, но если государственный и частный менеджмент планирует получить реальную финансовую отдачу, ему необходимо отказаться от такой позиции в пользу амбициозной ESG-стратегии, которая поможет компании получить конкурентные преимущества [7].

Компании для повышения эффективности внедряют системы рационального природопользования, экономии воды или снижения объема отходов. Однако, все эти меры учитываются в рейтингах ESG и мало кому помогают в конкурентной борьбе, так как конкуренты быстро перенимают такие практики и внедряют аналогичные системы (см. рис. 4) [6].

В настоящее время для победы в конкурентной борьбе необходимы методы, трудно поддающиеся копированию. В ходе нашего исследования были выявлены ESG-практики, получившие широкое распространение в сфере взаимодействия власти, частного бизнеса и общества (механизмы государственно-частного партнерства) [6, 8].



Рис. 4. Экологический аспект ESG

Стратегические практики помогли российским компаниям Газпром, Сбербанк, Яндекс, Wildberries, Лукойл занять лидирующие позиции и преуспеть на рынке

российского капитала. По сути, наше исследование подтвердило, что внедрение стратегических ESG-практик помогает многократно увеличить доходность активов и стоимость компании, даже с поправкой на прежние финансовые показатели.

Изучая фирмы, успешно реализующие стратегию ESG, в ходе исследования были выявлены стадии развития государственного и частного менеджмента:

1 стадия - снижение рисков и обеспечение соблюдения экологических требований и других норм;

2 стадия - повышение операционной эффективности ведомства/организации;

3 стадия - создание инновационных услуг/продуктов.

Чтобы пройти этот путь, современные компании обычно начинают с централизации мер ESG: это помогает сместить акцент с рисков и комплаенса на операционную эффективность. Но чтобы достичь стадии создания инновационных услуг/продуктов, на наш взгляд необходимо децентрализовать меры ESG и наделить ответственностью за них подразделения компании.

Этот принцип работает и при делегировании полномочий от высшего руководства менеджерам среднего звена, и на уровне совета директоров.

По нашему мнению, совету директоров компании необходимо учредить отдельный комитет по устойчивому развитию. В ходе реализации третьей стадии, обязанности целесообразно распределить по существующим комитетам.

На сегодняшний день у государственного и частного менеджмента/бизнеса есть большой запрос на индивидуальное новаторство, и в рамках этого нужно найти ответ на вопрос: как стимулировать инициативы сотрудников?

Предприимчивые, самостоятельно и нетривиально мыслящие люди – важнейший актив каждой компании и самый эффективный ответ на вызовы времени.

По нашему мнению, проблематика агентности является одной из центральных для корпоративного сектора. Агентность (agency) – по-русски предприимчивость, инициативность, самостоятельность. Именно эти качества особенно ценятся в компаниях, когда возрастает необходимость создавать и внедрять новые формы деятельности, находить нетривиальные подходы к решению привычных задач. Это делает востребованной разработку новых методик стимулирования новаторских инициатив.

В ходе исследования на основе обзора и анализа научных и экспертных источников последних лет определены ключевые ответы на запросы, связанные с поддержкой и формированием проактивности в корпоративной среде в условиях современной экономики. Согласно проведенному исследованию, наиболее эффективно новаторскую инициативу сотрудников развивают:

1) системы, поддерживающие участие во внедрении и распространении инноваций;

2) организационная культура;

3) стимулирование обмена знаниями внутри компании;

4) комфортная социальная среда;

5) системы корпоративного обучения (наставничества);

6) единая корпоративная цифровая среда (возможность выстраивания индивидуальной карьерной траектории);

7) внешняя мотивация (в первую очередь материальное вознаграждение).

Примером вовлечения сотрудников в новаторскую деятельность может стать постановка рабочей задачи без прописывания руководителем четких шагов для достижения цели. Таким образом, у сотрудника есть только понимание результата, к которому он должен прийти, что позволяет ему креативно (творчески) подойти к делу и

добиваться цели инновационным способом. Особенно ярко это проявляется в IT сфере, где у программистов есть задача без четких инструкций написать код рабочей программы.

В этой связи актуальны системы корпоративного обучения (наставничества). Владея новой информацией, сотрудники могут самостоятельно внедрять новые знания в работу. Кроме того, многие российские компании («ВымпелКом», «Яндекс», «МегаФон», «Газпром-Медиа Холдинг», «МТС», «Лаборатория Касперского», «Мэйл. Ру Груп», «Ростелеком» «Национальная Медиа Группа») активно продвигают конструкторы микростепеней (микроквалификаций) среди своих сотрудников. Микрообучение подразумевает короткие курсы по узким областям знаний, востребованным на рынке труда, которые не будут отнимать много рабочего времени у сотрудников, однако позволят им расширить компетенции и приобрести новые навыки, полезные для работы [7].

При этом основу продуктивной интеллектуальной деятельности создает творческий командный труд. Положительную роль здесь играют общие интересы, а также гендерное и возрастное разнообразие в команде.

Также следует отметить, что сегодня платформенные фрилансеры становятся источником альтернативной агентности.

Многие крупные мировые бренды в поисках новых рыночных возможностей используют платформенную занятость. В России также известны компании (ГК «Аметист Групп», «Яндекс», «Лаборатория Касперского», «Мэйл. Ру Груп» и др.) опирающиеся на труд фрилансеров, которые самостоятельно выбирают время работы, количество задач и непосредственно сами задачи [7].

Платформенная занятость предполагает обязательное наличие у людей таких навыков, как самостоятельность, стрессоустойчивость, адаптация к сложным обстоятельствам, умение кооперироваться и наращивать социальный капитал.

Другой формой запроса компаний на развитие альтернативной агентности является краудсорсинг. Crowdsourcing – использование ресурсов толпы. Иными словами, это делегирование ряда задач людям, которые проявляют инициативу и готовы делиться своими знаниями и опытом без заключения трудового договора.

Этот механизм помогает компаниям не тратить свои ресурсы на найм постоянных сотрудников или привлечение фрилансеров, а предоставить возможность всем желающим проявить инициативу и помочь не только в решении текущих задач, но и в совершенствовании бизнес-процессов или технологий.

Краудсорсинг часто используют научно-исследовательские подразделения корпораций. Он способствует увеличению продаж, привлекает новых пользователей и покупателей, помогает компании развиваться и масштабироваться. Например, компания Lay's, предложила всем желающим придумать идею нового вкуса чипсов. Всего было представлено более 14 млн. заявок, а идея нового вкуса победителя конкурса стала популярной и увеличила продажи почти на 8%. Компания также увеличила вовлеченность в свои социальные сети, так как новый вкус выбирался через голосование пользователей [7].

Таким образом, способы повышения новаторских инициатив сотрудников компаний, а также нестандартные трудовые отношения с потребителями ведут к увеличению эластичности спроса и предложения рынка труда, расширению дополнительной занятости, способствует росту доходов населения и развитию его самостоятельности и предприимчивости.

В июле 2023 года Ассоциацией менеджеров и онлайн-школ (XYZ School, Bang Bang Education, MAED, Moscow Digital School, «Психодемия» и Fashion Factory) было

проведено совместное исследование на территории Российской Федерации об отношении к дополнительному профессиональному образованию со стороны органов государственного и муниципального управления, российских компаний и студентов. В данном опросе приняли участие более 100 российских компаний и более 1000 студентов и выпускников программ ДПО, среди которых были представители направлений маркетинга, дизайна, менеджмента, психологии, разработки, юриспруденции и других смежных областей [8].

Данные опроса студентов и выпускников программ ДПО: около 33% опрошенных специалистов за последний год потратили на обучение от 100 до 200 тыс. руб., 25% респондентов – от 50 до 100 тыс. руб., 23% – до 50 тыс. руб.. Свыше 200 тыс. руб. на свое образование потратили 12% опрошенных. 7% респондентов заявили, что на данный момент изучают программы ДПО и еще не успели определиться [8].

Формат оплаты за обучение оказался у всех разным. Так, 43% использовали краткосрочный кредит или рассрочку. 37% респондентов оплатили выбранный курс сразу, а 12% использовали долгосрочный кредит. Для 8% респондентов обучение оплатила компания.

Отрицательно к кредитованию образования относятся лишь 11% опрошенных студентов. Абсолютное большинство (83%) не видят в этом ничего плохого или относятся положительно. 6% затрудняются ответить на данный вопрос.

На свое дополнительное образование 19% респондентов готовы взять кредит на сумму до 50 тыс. руб.. От 50 до 100 тыс. руб. – 22%, а на сумму от 100 до 200 тыс. руб. – 17% опрошенных. На сумму свыше 200 тыс. руб. готовы брать кредиты или рассрочки лишь 7%. 35% респондентов не готовы в ближайшем будущем брать кредиты или рассрочки на свое образование [8].

По мнению 22% респондентов, компании положительно относятся к дипломам онлайн-курсов. 33% считают, что компании относятся к ним скорее нейтрально. Лишь 3% опрошенных студентов считают, что работодатель может отрицательно относиться к подобным дипломам. 42% затрудняются ответить.

92% студентов отметили, что видят ценность получения ДПО для личностного роста, повышения профессиональной квалификации и заработной платы.

Рынок дополнительного профессионального образования в России стабильно растет. По данным Smart Ranking сегмент ДПО по итогам полугодия стал самым крупным сегментом EdTech и вырос за год на 28,3% с выручкой 18 млрд. руб.

Рынок ДПО по-прежнему растет по количеству предложений, что формирует рост конкуренции и также положительно влияет на рынок. Если говорить о динамике роста, то 20–30% в год – это нормальный уровень роста для рынка ДПО с учетом его развития и различных внешних факторов. Мы думаем, что эта динамика сохранится, и продолжит показывать рост выше рынка.

Сегодня на российском рынке наблюдается высокий интерес к нишевым EdTech-проектам, которые глубоко интегрированы в индустрию, меняют ее изнутри, формируют сильные отраслевые сообщества, привлекают экспертов для формирования образовательных программ, в соответствии с реальными запросами рынка труда.

На вопрос о том, как относятся в компании к дипломам онлайн-курсов при найме сотрудников, 52% опрошенных представителей российских компаний ответили, что нейтрально, в 35% компаний относятся положительно, в 2% – отрицательно, в 11% затруднились ответить на вопрос.

Полученные в ходе опроса данные еще раз подтверждают, что, несмотря на турбулентное время, большинство российских компаний находят возможность

вкладываться в развитие своих сотрудников. Мы видим, что более половины опрошенных Ассоциацией компаний в этом году не только сохранили бюджет на эти цели, но и даже увеличили. Это еще раз говорит о том, что для органов государственного и муниципального управления и российских компаний дополнительное образование персонала ведомства/организации является крайне важной статьёй расходов.

Выводы

Таким образом, сегодня инвесторов больше интересуют не добрые намерения компании, а наличие у нее стратегического видения и возможности достигать высоких показателей ESG. Это означает, что государственному и частному менеджменту пора начать оценивать результаты своих инициатив и отчитываться о них перед обществом (обратная связь).

В ходе нашего исследования сделан вывод о том, что экономическая политика государства должна быть более социально ориентированной для повышения инновационного потенциала российской экономики с целью повышения конкурентоспособности на мировом рынке.

Список литературы

1. CHELIDZE-D.COM. ESG. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.chelidze-d.com/post/esg-digital> (дата обращения: 15.11.2023).
2. STYLE.RBC.RU. Движение Black Lives Matter стало крупнейшим в истории США. [Электронный ресурс]. URL: <https://style.rbc.ru/life/5f0324d39a7947016b478a3c> (дата обращения: 15.11.2023).
3. Позмогов А.И., Гергиев И.Э. Будущее российского инновационного бизнеса: тенденции постцифровой эпохи: монография / под ред. А.И. Позмогова. М.: РУСАЙНС, 2019. 250 с.
4. Позмогов А.И., Гергиев И.Э., Мардеян Н.А., Гасиева З.П., Цораев З.О., Позмогов И.А. Цифровая трансформация российского бизнеса: монография / под ред. А.И. Позмогова. М.: РУСАЙНС, 2019. 456 с.
5. Позмогов А.И., Гергиев И.Э., Каллагов Б.Р., Бекойты А.Г. Перспективы развития интегрированных корпоративных бизнес-структур в условиях неустойчивости социально-экономических систем. М.: РУСАЙНС, 2018. 244 с.
6. Позмогов А.И., Гергиев И.Э. Проблемы и перспективы развития социально-экономического потенциала региональных туристско-рекреационных кластеров в контексте влияния пандемии COVID-19: монография. М.: РУСАЙНС, 2021. 252 с.
7. TKS.RU. ESG – вакцина для бизнес устойчивости. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tks.ru/sustainable/2021/08/19/0001/print> (дата обращения: 15.11.2023).
8. TRENDS.RBC.RU. ESG-принципы: что это такое и зачем компаниям их соблюдать. [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green/614b224f9a7947699655a435> (дата обращения: 15.11.2023).