

© Е.Б. ПЛОТНИКОВА, К.А. ПЕТУХОВ, И.А. ГЕРМАНОВ

Пермский национальный исследовательский университет
plotnikova1958@yandex.ru, petoukhov@psu.ru, germanov1973@yandex.ru

УДК 316.422

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ В СФЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ*

ENVIRONMENTAL PRACTICE IN THE SPHERE OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF RUSSIAN COMPANIES

В работе анализируется деятельность отечественного бизнеса в области экологии. Материалы исследования получены в результате анализа сайтов крупнейших российских компаний (более 500 сайтов). Это позволило сформировать индекс развития корпоративной социальной ответственности и дать оценку деятельности российского бизнеса по сохранению и восстановлению окружающей среды. Цель работы заключается в определении доминирующих экологических практик КСО в России. В качестве основного метода исследования применен контент-анализ информации, размещенной на корпоративных порталах компаний в сети Интернет, а также техника построения облака тегов информации со страниц компаний в наиболее популярных социальных сетях. Уровень значений индекса развития корпоративной социальной ответственности указывает на то, что большинство крупнейших российских компаний находится в начальной стадии формирования стратегий КСО и не уделяет достаточного внимания вопросам защиты окружающей среды. Полученные данные могут быть использованы для повышения эффективности деятельности подразделений компаний, занятых реализацией политики корпоративной социальной ответственности.

The paper examines the activity of domestic businesses in corporate social responsibility (CSR) and environmental initiatives. The survey results were achieved by using the method of content analysis and tag-cloud techniques applied to the web-sites of over 500 biggest Russian companies. The results allow to form the index of corporate social responsibility development and to evaluate the activity of Russian businesses in preserving the environment. The article aims to determine the dominant practices of CSR in Russia in the sphere of ecology. The methodological basis of the research is based on the content analysis of the information posted on the companies' websites, as well as the visualization of the data taken from the companies' social media accounts as tag-clouds. The analysis of the index of corporate social responsibility suggests that the majority of the biggest Russian companies are at the initial stage of the formation of CSR strategies and do not pay enough attention to the protection of the environment. The results of the study may be used for the improvement of the performance of departments engaged in the implementation of policies of corporate social responsibility.

* Публикация подготовлена при поддержке РГНФ (проект № 13-03-00170).

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Социальная ответственность корпораций, окружающая среда, природоохранная деятельность, нефинансовая отчетность.

KEY WORDS. Corporate social responsibility, environment, conservation activities, non-financial reporting.

Становление практик корпоративной социальной ответственности стало одной из важнейших тенденций развития крупного отечественного бизнеса за последние четверть века. Интерес к изучению данной темы связан с усиливающимся влиянием экономических субъектов на социальные, политические процессы и окружающую среду.

Как указывает С.П. Перегудов, недостаточная легитимность крупных корпораций в глазах общества определяет специфику социальной ответственности отечественных компаний [1]. Другим обстоятельством, способствующим формированию практик КСО в России, может быть названа установка государства на сокращение социальных издержек. Помимо этого необходимо отметить, что глобализация мировой экономики, вовлечение российского бизнеса в мировую экономическую систему приводит к тому, что конкурентоспособность отечественных компаний на мировом рынке определяется, в том числе, и развитием практик социальной ответственности, их соответствием международным стандартам. Указанные обстоятельства стали отправной точкой, определившей цель и задачи исследования.

В научной литературе существует несколько подходов к определению направлений и практик социальной ответственности. Нормативная система показателей определения и оценки была разработана в работах Д. Ингенгофа [2], М. Капрона и Р. Грея [3]. Для ее построения исследователи использовали идеи, зафиксированные в документах, кодексах, декларациях различных международных организаций, определяющих принципы взаимодействия бизнеса, государства и общества. Именно этот подход был выбран в качестве основы выделения направлений социальной ответственности российских корпораций.

Объектом исследования выступили российские компании, предметом являются социально ответственное поведение крупного российского бизнеса в природоохранной сфере. Цель работы заключается в определении доминирующих экологических практик КСО в России. Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

1) на основе контент-анализа материалов официальных сайтов компаний выявить разнообразие экологических практик корпоративной социальной ответственности;

2) определить эмпирические индикаторы, характеризующие процесс институционализации экологических инициатив компаний;

3) сформировать комплексный индекс оценки степени развития корпоративной социальной ответственности отечественных компаний.

Для реализации цели работы и выполнения ее задач предпочтение было отдано количественным методам сбора и анализа эмпирических данных. Основным методом сбора и анализа информации в данном исследовании (проведено в 2012 г.) стал контент-анализ материалов официальных сайтов крупнейших российских компаний. Применение техники построения облака тегов позволило выявить экологические практики социально-ответственного поведения российского бизнеса [4].

В результате анализа установлено, что 61,9% крупнейших российских компаний размещают в Интернет информацию о различных направлениях своей деятельности в сфере социальной ответственности. Лишь 14,9% крупнейших российских компаний уделяют внимание практикам решения экологических проблем.

Признанным механизмом формализации деятельности в сфере социальной ответственности является публикация нефинансовых отчетов [5]. Подотчетность компаний перед стейкхолдерами выступает важнейшим принципом, заложенным в основные международные стандарты социальной ответственности и корпоративного гражданства (см. например серию стандартов AA1000 [6], руководящие принципы глобальной инициативы по социальной, экономической и экологической отчетности [7], глобальный договор ООН [8], руководящие принципы для транснациональных корпораций ОЭСР [9], стандарт корпоративной ответственности ISO 24000 [10], зеленая книга европейской комиссии [11] и др.).

По данным исследования, лишь 74 компании (13%) из числа крупнейших российских экономических субъектов публикуют на своих сайтах отчеты о социальной ответственности, устойчивом развитии, о социальной или экологической политике.

Значительный разрыв между количеством компаний, заявляющих о своей деятельности в сфере социальной ответственности и корпоративного гражданства, и количеством компаний, публикующих нефинансовые отчеты, свидетельствует о том, что существующие практики ответственности российского бизнеса в большинстве случаев не подкреплены формальными механизмами, деятельность компаний в сфере КСО носит импульсный характер, а управленческие решения, обеспечивающие взаимодействие с обществом, принимаются в большей мере по воле руководителей.

Контент-анализ позволил выделить несколько ключевых направлений деятельности компаний в сфере защиты окружающей среды. Важное место при описании деятельности в сфере защиты окружающей среды занимает информация о техническом перевооружении производственных комплексов, внедрении инновационных технологий ресурсосбережения, а также об использовании международных стандартов контроля качества (например, ISO 9000 [12]).

Сбережение ресурсов позволяет сократить неблагоприятное воздействие на природу. Данная практика носит опосредованный характер, поскольку приводит к сокращению добычи невозобновляемых природных ресурсов и источников энергии. Важнейшим элементом усилий по защите окружающей среды является деятельность по компенсации неблагоприятных последствий работы производств. Другой практикой компаний в сфере защиты окружающей среды является сокращение выбросов загрязняющих веществ в почву, воздух и водоемы. Однако для реализации этих усилий многие российские компании вынуждены проводить масштабное техническое перевооружение. Еще одним компонентом экологической активности российских компаний является организация мониторинга экологической ситуации на технологических площадках. Исследование экологических рисков при внедрении новых технических проектов со стороны компаний свидетельствует о наличии целостного подхода к природоохранной деятельности. Контент-анализ позволил выделить еще одну экологическую практику: мероприятия, направленные на предотвращение глобальных клима-

тических изменений на планете. Осознание ответственности за судьбу всего человечества свидетельствует о глубокой интеграции принципов КСО в процессы принятия управленческих решений.

В ходе анализа было установлено, что наиболее распространенной экологической практикой российских компаний является контроль и мониторинг уровня загрязнений окружающей среды. В сущности, данный вид деятельности является необходимым условием для формирования полноценной экологической политики.

Ресурсосбережение является второй по распространенности экологической практикой российских компаний. При этом обнаружен сравнительно низкий уровень внимания компаний к деятельности по восстановлению природных систем: этим занимаются лишь 45% компаний, информирующих стейкхолдеров о практиках защиты окружающей среды. По результатам исследования установлено, что практики экологической деятельности российских компаний пока не соответствуют международным рекомендациям.

Расчет индекса развития практик КСО позволил комплексно оценить деятельность крупнейших российских компаний в сфере социальной ответственности. В ходе исследования было установлено, что общий уровень развития практик социальной ответственности находится на низком уровне. Среднее значение (медиана) индекса составило 0,14 при размахе вариации 5,98. Таким образом, только отдельные компании демонстрируют уровень развития практик социальной ответственности, который оказался выше среднего зафиксированного по исследованию уровня.

Подводя итог проведенного эмпирического исследования, необходимо отметить, что экологические инициативы отечественных компаний, хотя и реализуются в рамках стратегий развития социальной ответственности, не входят в число приоритетных направлений деятельности отечественного бизнеса. Интерес к защите окружающей среды обуславливается внешними факторами (необходимостью поддержки имиджа компаний на международных рынках), а не давлением гражданского общества. Роль государственных органов в развитии добровольных экологических инициатив компаний также невелика. Это объясняется непоследовательной природоохранной политикой, которая вынуждена учитывать две противоположные цели: поддержку развития производства (и как следствие — отказ от усиления экологических требований) и защиту окружающей среды для снижения рисков для благополучия жизнедеятельности нынешних и будущих поколений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Перегудов С.П., Семенов И.С. Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии. М.: Прогресс-Традиция, 2008. С. 112.
2. Ingenhoff, D. Assessing corporate citizenship communication among 30 German Stock Index companies, in paper presented at the international agenda setting conference. 2004. September. P. 5
3. Capron, M., Gray, R. Accounting in Europe: Experimenting with assessing corporate social responsibility in France: an exploratory note on an initiative by social economy firm // *The European Accounting Review*. 2000. 9(1). Pp. 99-109.
4. Barnett, M.L., Salomon, R.M. Throwing a Curve at Socially Responsible Investing Research // *Organization & Environment*. 2003. 16(3). Pp. 381-389

5. Capriotti, P., Moreno, A. Corporate citizenship and public relations: The importance and interactivity of social responsibility issues on corporate websites // *Public Relations Review*. 2007. P. 33.

6. AA1000 Account Ability Principles Standard 2008. AccountAbility. URL: <http://www.accountability.org/about-us/publications/aa1000.html> (дата обращения: 05.02.2015)

7. Global Reporting Initiative. Sustainability Reporting Guidelines. URL: <http://www.globalreporting.org/guidelines/2002/gri2002guidelines.pdf> (дата обращения: 05.02.2015)

8. United Nations. Global Compact. URL: <http://www.unglobalcompact.org> (дата обращения 05.02.2015).

9. OECD Guidelines for Multinational Enterprises. URL: <http://www.oecd.org/dataoecd/43/29/48004323.pdf> (дата обращения: 05.02.2015).

10. ISO 26000 — Social responsibility. International organization for standardization. URL: http://www.iso.org/iso/social_responsibility (дата обращения: 05.02.2015).

11. European Commission. Green Paper: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility. URL: http://europa.eu.int/comm/agriculture/index_es.htm (дата обращения: 05.02.2015).

12. ИСО 9000 — Менеджмент качества. URL: http://www.iso.org/iso/ru/iso_9000 (дата обращения 05.02.2015).

REFERENCES

1. Peregodov, S.P., Semenenko, I.S. *Korporativnoe grazhdanstvo: kontseptsii, mirovaia praktika i rossiiskie realii* [Corporate Citizenship: Concepts, International Practice and Russian Realias]. Moscow, 2008. 112 p. (in Russian).

2. Ingenhoff, D. Assessing Corporate Citizenship Communication among 30 German Stock Index Companies, in paper presented at the international agenda setting conference, 2004, September, p. 5.

3. Capron, M., Gray, R. Accounting in Europe: Experimenting with assessing corporate social responsibility in France: an exploratory note on an initiative by social economy firm. *The European Accounting Review*. 2000. № 9(1). Pp. 99-109.

4. Barnett, M.L., Salomon, R.M. Throwing a Curve at Socially Responsible Investing Research. *Organization & Environment*. 2003. № 16(3). Pp. 381-389.

5. Capriotti, P., Moreno, A. Corporate citizenship and public relations: The importance and interactivity of social responsibility issues on corporate websites. *Public Relations Review*. 2007. P. 33.

6. AA1000 AccountAbility Principles Standard 2008, AccountAbility, URL: <http://www.accountability.org/about-us/publications/aa1000.html> (date of access: February 05, 2015).

7. Global Reporting Initiative. Sustainability Reporting Guidelines, URL: <http://www.globalreporting.org/guidelines/2002/gri2002guidelines.pdf> (date of access: February 05, 2015).

8. United Nations. Global Compact. URL: <http://www.unglobalcompact.org> (date of access: February 05, 2015).

9. OECD Guidelines for Multinational Enterprises, URL: <http://www.oecd.org/dataoecd/43/29/48004323.pdf> (date of access: February 05, 2015).

10. ISO 26000 — Social responsibility. International organization for standardization, URL: http://www.iso.org/iso/social_responsibility (date of access: February 05, 2015).

11. European Commission. Green Paper: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility. URL: http://europa.eu.int/comm/agriculture/index_es.htm (date of access: February 05, 2015).

12. ISO 9000 — Quality management. URL: http://www.iso.org/iso/ru/iso_9000 (date of access: February 05, 2015).

Авторы публикации

Плотникова Елена Борисовна — заведующая кафедрой социологии Пермского национального исследовательского университета, кандидат исторических наук, доцент

Петухов Константин Алексеевич — доцент кафедры социологии Пермского национального исследовательского университета, кандидат политических наук

Германов Игорь Анатольевич — доцент кафедры социологии Пермского национального исследовательского университета, кандидат социологических наук

Authors of the publication

Elena B. Plotnikova — Cand. Sci. (Hist.), Associate Professor, Department of Sociology, Perm State National Research University

Konstantin A. Petukhov — Cand. Sci. (Polit.), Associate Professor, Department of Sociology, Perm State National Research University

Igor A. Germanov — Cand. Sci. (Sociol.), Associate Professor, Department of Sociology, Perm State National Research University