

Искандарян Гоар Овсеповна

Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина

Хажоков Мансур Муратович

Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина

Зурнаджиди Серафима

Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина

Корпоративная социальная ответственность в российских компаниях: анализ и рейтинг

Аннотация. В статье рассматривается корпоративная социальная ответственность (КСО) российских корпораций, анализируется ее структура, основные цели и влияние на рыночные и финансовые показатели. Было продемонстрировано, что предприятия активно внедряют программы повышения квалификации персонала, улучшают корпоративную культуру и условия труда, а также уделяют меньше внимания окружающей среде и местным сообществам. Анализ раскрытия информации ESG и корпоративных социальных инвестиций (CSI) выявил четкую корреляцию между уровнем открытости компании и ее финансовыми показателями. На примере ведущих российских компаний были определены отраслевые особенности распределения социальных ресурсов и стратегические приоритеты. Сделан вывод о том, что корпоративная социальная ответственность имеет решающее значение для повышения устойчивости компании, укрепления доверия партнеров и репутации компании.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, КСО, ESG, социальные инвестиции, российский бизнес, устойчивое развитие, корпоративная культура.

Iskandaryan Gohar Ovsepoyna

Kuban State Agrarian University named after I. T. Trubilin

Khazhokov Mansur Muratovich

Kuban State Agrarian University named after I. T. Trubilin

Zurnajidi Serafima

Kuban State Agrarian University named after I. T. Trubilin

Corporate social responsibility in Russian companies: analysis and rating

Annotation. The article examines corporate social responsibility (CSR) of Russian corporations, analyzes its structure, main goals and impact on market and financial performance. It has been demonstrated that enterprises are actively implementing staff development programs, improving corporate culture and working conditions, and paying less attention to the environment and local communities. An analysis of ESG and Corporate Social investment (CSI) disclosures revealed a clear correlation between a company's level of openness and its financial performance. Using the example of leading Russian companies, industry-specific features of the distribution of social resources and strategic priorities were identified. It is concluded that corporate social responsibility is crucial for increasing the sustainability of the company, strengthening the trust of partners and the reputation of the company.

Keywords: corporate social responsibility, CSR, ESG, social investments, Russian business, sustainable development, corporate culture.

Корпоративная социальная ответственность (КСО) становится важным компонентом конкурентоспособности и устойчивого роста бизнеса в контексте

современного экономического развития. КСО основывается на готовности организации учитывать интересы общества, экономические и экологические последствия своей деятельности, а также ее влияние на партнеров, работников и клиентов. Эта стратегия все больше превращается в фактор, определяющий долгосрочную стабильность и доверие к российскому бизнесу со стороны потребителей, инвесторов и правительства, а также в инструмент формирования благоприятного имиджа [3].

В связи с глобализацией и международными стандартами корпоративной этики и прозрачности КСО приобретает особое значение. Программы по развитию социальной сферы, экологические инициативы, усилия по улучшению условий труда и развитию корпоративной культуры внедряются российскими предприятиями все более активными темпами. Однако практика показывает, что степень внедрения КСО в российском бизнесе сильно различается в зависимости от отрасли, размера компании и стратегических целей руководства [1].

Применяя концепции КСО на практике, предприятия могут повысить эффективность управления и социальную значимость своей деятельности, а также укрепить свою репутацию и завоевать доверие партнеров и клиентов. Структурные элементы корпоративной социальной ответственности (КСО) представлены на рисунке 1, который включает в себя такие важные области, как деловая этика, корпоративное управление, кадровая политика, сотрудничество с поставщиками и клиентами, взаимодействие с правительством, социальные инициативы и экологическая политика [2]. Эти компоненты объединяются в единую структуру, которая гарантирует соблюдение организацией принципов социальной ответственности.

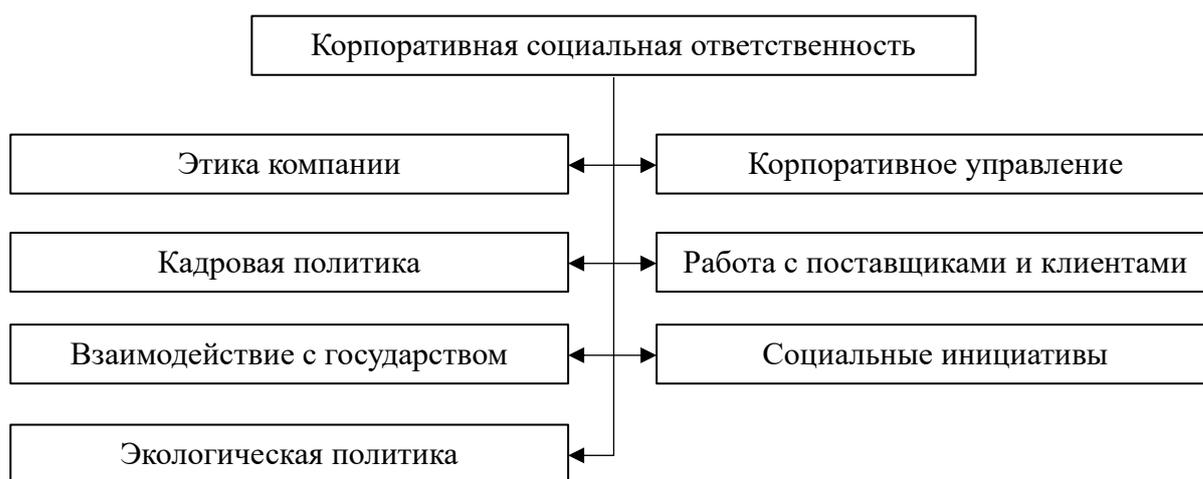


Рисунок 1 – Структурные компоненты корпоративной социальной ответственности (КСО)

Реестр нефинансовой отчетности Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП) – это специализированный перечень компаний, которые добровольно раскрывают информацию о своих корпоративных, социальных и экологических обязательствах. Он призван способствовать устойчивому росту, повышению корпоративной прозрачности и укреплению доверия среди инвесторов, партнеров и широкой общественности. На рисунке 2 представлена динамика количества компаний – участников Регистра нефинансовой отчетности РСПП за период 2014–2024 гг.

За десять лет количество компаний-участников Регистра увеличилось на 39,3 тыс., что составляет более 48 % прироста. Особенно заметен рост в 2020–2024 гг.: с 97,2 тыс. до 119,6 тыс. компаний. Эти данные демонстрируют, что российские предприятия всё активнее интегрируют принципы КСО в свою деятельность, укрепляя репутацию, доверие партнеров и социальную ответственность бизнеса [6].

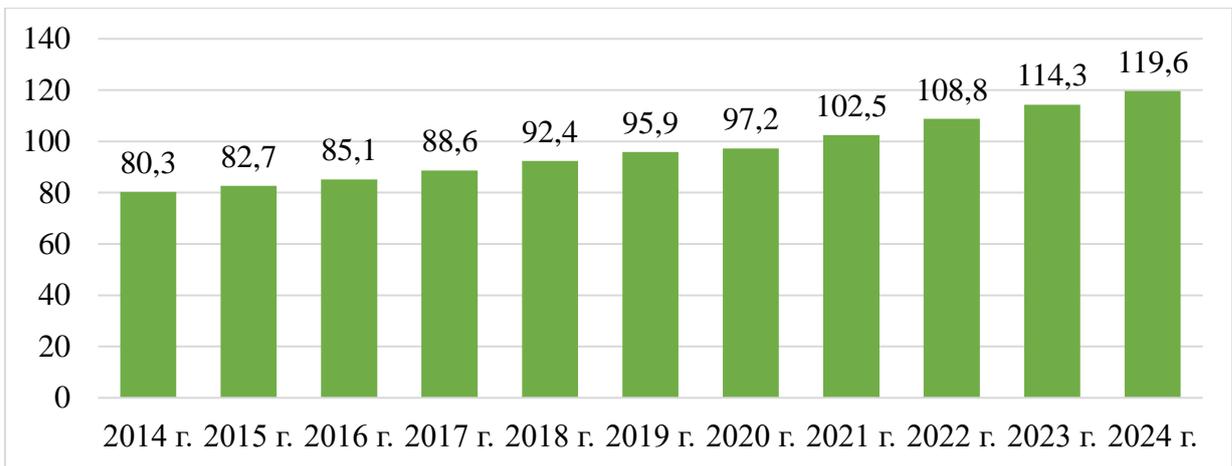


Рисунок 2 – Динамика количества компаний – участников Регистра нефинансовой отчётности РСНП за период 2014–2024 гг. [5]

КСО, который направлен на улучшение условий труда, развитие сотрудников и помощь обществу, уделяется особое внимание в современном российском бизнесе. В целях повышения благосостояния сотрудников, развития корпоративной культуры, поддержания здоровья и безопасности, а также участия в общественных и экологических проектах предприятия выделяют средства на социальную деятельность [7].

Распределение расходов организаций на социальные проекты по всей территории Российской Федерации в 2024 г. представлено на рисунке 3. На повышение благосостояния сотрудников и социальную поддержку приходится большая часть бюджета (31,1%), за которыми следуют обучение и повышение квалификации (13,8%), внутренняя инфраструктура и технологии (5,8%), корпоративная культура и нематериальная мотивация (5,4%). Менее значительные расходы направляются на благотворительность и поддержку местных сообществ (7,2%), спонсорство и социальное партнерство (4,9%), поддержку культурных, спортивных и общественных проектов (3,1%), охрану труда (2,0%), экологические программы и устойчивое развитие (1,5%) и внешние коммуникации, и репутационные проекты (0,8%).

Анализ распределения расходов показывает, что российские компании уделяют приоритетное внимание внутренней деятельности в контексте КСО, при этом почти половина всех расходов приходится на развитие и благополучие сотрудников [4]. Однако меньшая часть бюджета выделяется на социальную ответственность перед обществом, культуру и окружающую среду, что отражает стратегическую направленность на повышение мотивации, карьерный рост и устойчивость бизнеса.



Рисунок 3 – Распределение расходов на социальные инициативы организаций по РФ за 2024 г. [5]

Уровень социальной ответственности компании можно определить, проанализировав ее корпоративные социальные инвестиции (CSI), которые показывают, сколько ресурсов направляется на социальную деятельность по сравнению с ее финансовыми показателями [6]. Крупнейшие российские компании в 2024 г. вложили значительные средства в социальные проекты, однако соотношение этих затрат к прибыли и коэффициент затрат на социальную деятельность варьировались в зависимости от отрасли и стратегии компании. Объем корпоративных социальных инвестиций российского бизнеса и их доля в финансовых показателях представлены на рисунке 4.

Самые высокие показатели расходов на социальную деятельность продемонстрировали ПАО «Норникель» (9,21% и соотношение затрат к прибыли 22,75%) и ПАО «Газпром» (7,82% и 18,34%). У ПАО «Сбербанк» – 5,93% и 12,68% соответственно, у ПАО «Северсталь» - 4,58% и 11,23% соответственно, а у ПАО «Роснефть» – 6,47% и 15,91% соответственно. Эти результаты показывают, что прибыльные предприятия способны выделять крупные суммы денег на социальные проекты, и что степень CSI зависит от стратегии компании и отраслевых особенностей [5].

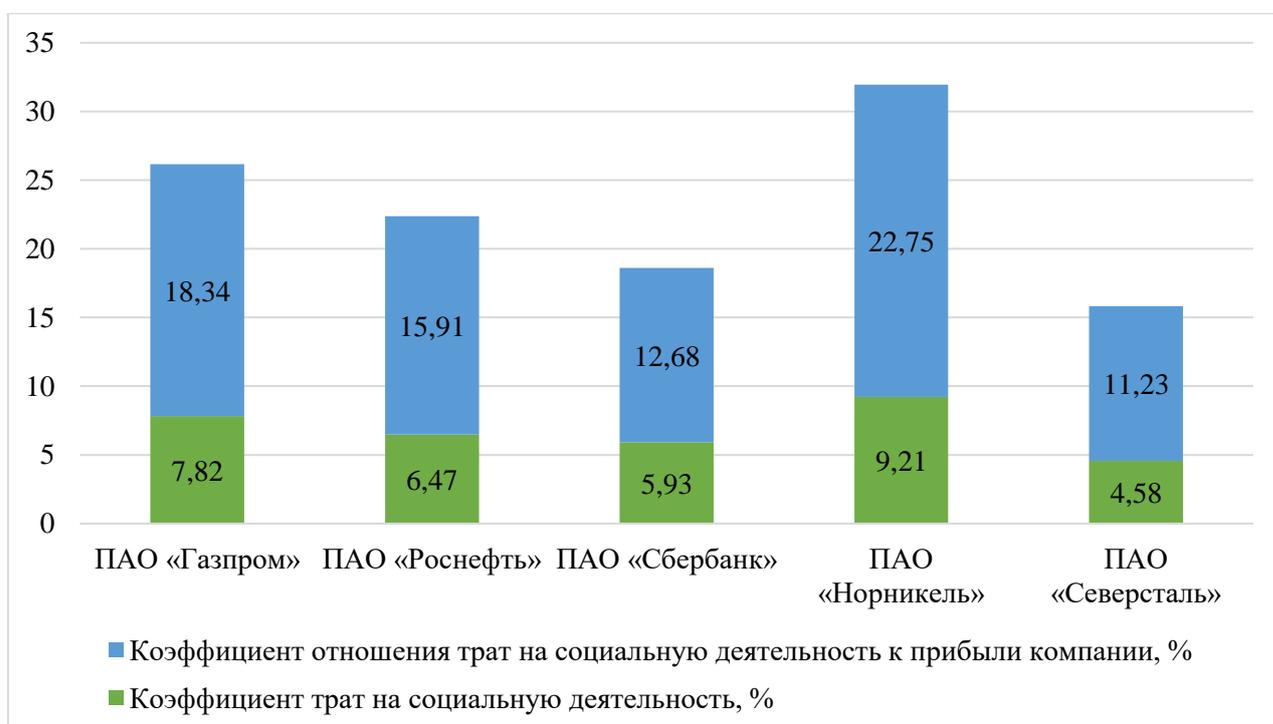


Рисунок 4 – Рейтинг российских компаний по уровню корпоративных социальных инвестиций и их соотношению с финансовыми результатами (2024 г.)

Социальные инвестиции российских организаций в 2024 г. варьируются в зависимости от отрасли, что зависит от особенностей бизнеса, степени риска для сотрудников и воздействия экономической деятельности на окружающую среду и местные сообщества [2]. При формировании бюджетов социальных проектов организации учитывают свои стратегические цели, а также потребности своих сотрудников, сообщества и окружающей среды.

Согласно данным таблицы 1, предприятия добывающей промышленности уделяют первостепенное внимание окружающей среде и устойчивому развитию (41,2%), людям и охране труда (38,7%), помощи на благотворительные цели и местным сообществам (15,4%), а также науке, образованию и культуре (4,7%). В металлургической промышленности приоритеты распределены аналогично: экология (35,8%), местные сообщества (17,9%), наука и культура (3,8%), персонал и охрана труда (42,5%). Финансовый сектор тратит 51,3% средств на безопасность сотрудников и рабочих мест, 22,5% – на общественную

поддержку, 12,1% - на охрану окружающей среды и 14,1% – на науку и культуру. Развитие персонала является основным приоритетом в сфере информационных технологий и телекоммуникаций (67,4%), в то время как экология и местные сообщества получают меньшую долю бюджетных средств (8,3% и 11,2% соответственно). Розничная торговля выделяет ресурсы на экологию (14,6%), науку, образование и культуру (4,8%), персонал (48,9%) и общественную поддержку (31,7%).

Распределение бюджета определяется отраслевыми особенностями: розничная торговля ставит во главу угла оказание помощи местным сообществам, финансовый сектор и ИТ-отделы – повышение квалификации персонала, в то время как промышленность и металлургия ставят во главу угла охрану окружающей среды и безопасность на рабочем месте [3]. Эти результаты показывают, что компании адаптируют социальные инициативы к особенностям своей деятельности, сохраняя при этом баланс между внутренними требованиями сотрудников и внешними социальными обязанностями.

Таблица 1 – Приоритетные направления социальных инвестиций организаций в зависимости от отрасли, 2024 г., %

Отрасль	Персонал и охрана труда,	Экология и устойчивое развитие,	Местные сообщества и благотворительность	Наука, образование и культура
Добывающая промышленность	38,7	41,2	15,4	4,7
Металлургия	42,5	35,8	17,9	3,8
Финансовый сектор	51,3	12,1	22,5	14,1
IT и телекоммуникации	67,4	8,3	11,2	13,1
Розничная торговля	48,9	14,6	31,7	4,8

Раскрытие ESG (экологической, социальной и управленческой) информации широко рассматривается как показатель зрелости и прозрачности компании. Исследование, проведенное в 2024 г., продемонстрировало прямую корреляцию между уровнем раскрытия ESG и финансовым и рыночным успехом компании, включая рост продаж, прибыльность и соотношение P/E [5].

Средний балл раскрытия информации составил 86,4, средний рост выручки – 7,31%, рентабельность по EBITDA – 22,8%, а соотношение P/E составило 12,7. Этого добились ведущие корпорации, опубликовавшие отчеты по международным стандартам GRI и SASB. Среднестатистическая компания, отчитывающаяся по ESG, имеет оценку 64,7, рост продаж – 4,12%, рентабельность – 18,5% и P/E – 9,8 (таблица 2). Стартапы, информация о которых раскрывается только в разделе годового отчета, имеют оценку 38,2, рост выручки – 1,89%, рентабельность – 15,1% и P/E – 9,8. E = 7,3. При оценке в 11,5 баллов, отрицательном росте выручки на -0,47%, рентабельности на 12,6% и P/E на уровне 5,9 компании, которые публично не раскрывают свою практику ESG, получают самые низкие показатели.

Таким образом, степень раскрытия ESG и рыночные результаты напрямую взаимосвязаны: чем больше информации раскрывается, тем лучше финансовые показатели компании и ее рыночная оценка.

Таблица 2 – Корреляция между уровнем ESG-раскрытия и рыночными показателями компаний за 2024 г.

Группа компаний (по уровню ESG-раскрытия)	Средний балл раскрытия (1-100)	Средний рост выручки, %	Средняя рентабельность по EBITDA, %	Коэффициент Р/Е (Цена/Прибыль)
Лидеры (публикуют отчёт GRI SASB)	86,4	7,31	22,8	12,7
Средние (публикуют ESG-отчёт)	64,7	4,12	18,5	9,8
Начинающие (раздел в годовом отчёте)	38,2	1,89	15,1	7,3
Компании без публичного раскрытия	11,5	-0,47	12,6	5,9

Таким образом, можно отметить, что корпоративная социальная ответственность (КСО) играет все более важную роль в развитии российского бизнеса, влияя на его репутацию, доверие партнеров и долгосрочную жизнеспособность. Внутреннее развитие и мотивация сотрудников являются приоритетными, как показало исследование, которое показало, что компании активно внедряют программы по развитию сотрудников, улучшению условий труда и продвижению корпоративной культуры, выделяя при этом меньше средств на экологические инициативы и общественную поддержку [4].

Прямая взаимосвязь между финансовыми показателями компании и прозрачностью ее деятельности была подтверждена рейтинговым исследованием корпоративных социальных инвестиций и раскрытием информации ESG: лидеры ESG демонстрируют более высокий рост выручки, прибыльности и рыночной оценки. В результате КСО служит как социальной, так и стратегической целью российского бизнеса, способствуя долгосрочному росту компаний, укреплению доверия и укреплению их репутации на рынке.

Список источников

1. Бикиева, Г. И. Корпоративная социальная ответственность как механизм устойчивого развития / Г. И. Бикиева // Яковлевские чтения : Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Лениногорск, 29 марта 2024 года. – Санкт-Петербург: ООО Издательский дом «Сциентиа», 2024. – С. 242-248.
2. Бобрышева, В. Е. Роль цифровизации в трансформации современной экономики: вызовы и перспективы / В. Е. Бобрышева, В. Г. Киракосян, Ю. И. Арутюнян // Институциональное проектирование развития сельских территорий : Материалы VIII Международной научно-практической конференции, Краснодар, 15 ноября 2024 года. – Краснодар: Индивидуальный предприниматель Алзидан Махер, 2024. – С. 77-84.
3. Зингаева, Е. Р. Корпоративная социальная ответственность бизнеса в России / Е. Р. Зингаева // Россия в XXI веке: глобальные вызовы, приоритеты и перспективы развития : Материалы XVIII Всероссийской научно-практической конференции студентов и молодых ученых, Барнаул, 24–25 апреля 2025 года. – Барнаул: Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, 2025. – С. 80-81.

4. Саенко, И. И. Формирование и управление кластерной стратегией регионального развития АПК Краснодарского края / И. И. Саенко, А. А. Тубалец // Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – № 27(1). – С. 181-186.

5. Секинаева, В. Н. Корпоративная социальная ответственность и брендинг: формирование позитивного имиджа компании / В. Н. Секинаева // ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ и практики : сборник статей V Международной научно-практической конференции, Пенза, 25 марта 2025 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2025. – С. 19-21.

6. Толмачев, А. В. Управление организацией (предприятием) / А. В. Толмачев, И. Г. Иванова. – Краснодар : Кубанский государственный аграрный университет, 2016. – 196 с. – ISBN 978-5-94672-920-8.

7. Шильников, А. А. Корпоративная социальная ответственность как инструмент обеспечения социально-экономической безопасности / А. А. Шильников, И. В. Иванюк // Вестник Луганского государственного университета имени Владимира Даля. – 2023. – № 4(70). – С. 123-127.

Сведения об авторах

Искандарян Гоар Овсеповна, к.э.н., доцент кафедры управления и маркетинга, ФГБОУ ВО Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина, г. Краснодар, Россия,

Хажоков Мансур Муратович, студент экономического факультета, ФГБОУ ВО Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина, г. Краснодар, Россия,

Зурнаджиди Серафима, студент экономического факультета, ФГБОУ ВО Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина, г. Краснодар, Россия.

Information about the authors

Iskandaryan Gohar Ovsepoyna, Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of Management and Marketing, I. T. Trubilin Kuban State Agrarian University, Krasnodar, Russia,

Khazhokov Mansur Muratovich, Student of the Faculty of Economics, I. T. Trubilin Kuban State Agrarian University, Krasnodar, Russia,

Zurnajidi Serafima, Student of the Faculty of Economics, I. T. Trubilin Kuban State Agrarian University, Krasnodar, Russia.