

Как в «новую эпоху» социальной ответственности входят компании лесной промышленности

Курбатова Маргарита Владимировна

Сибирский федеральный университет, Красноярск, Россия, e-mail: kurbatova-07@mail.ru

Цитирование: Курбатова М.В. (2025). Как в «новую эпоху» социальной ответственности входят компании лесной промышленности. *Terra Economicus* 23(4), 103–118. DOI: 10.18522/2073-6606-2025-23-4-103-118

Проблема социальной ответственности бизнеса несколько десятилетий занимает значимое место в экономической литературе. Новая волна интереса связана со встраиванием социальной ответственности в повестку вовлечения бизнеса в реализацию целей устойчивого развития и интеграцией с ESG-повесткой. В данном исследовании реализован экономический подход: социальная ответственность рассматривается как дискретная структурная альтернатива интернализации внешних эффектов, т.е. возмещения фирмами полных общественных издержек. Проведен анализ практик социальной ответственности ведущих российских компаний лесной промышленности, а именно их участия в решении социально-экономических проблем регионов присутствия. Эмпирическую основу исследования составили годовые отчеты и отчеты об устойчивом развитии компаний. Основной исследовательский вопрос состоит в том, означают ли изменения в риторике и отчетности переход в «новую эпоху», предполагающую сдвиг в отношениях бизнеса с властью и местным сообществом по проблемам социально-экономического развития территорий, либо за новой формой скрывается старое содержание. Выделены взаимосвязанные группы факторов, определяющие социальную ответственность компаний, – отраслевые, территориальные, размеры и структура собственности, особенности отношений с органами власти. Показано, что в «новую эпоху» компании действуют по традиционным направлениям поддержки регионов. Внедряемые стандарты отчетности делают подачу соответствующей информации более формализованной. Это позволяет «упаковывать» в программы социальной ответственности разные мероприятия, хотя, по сути, они таковыми не являются. В действия по социальной ответственности фирмы включают инвестиции в собственные активы (производственную инфраструктуру, человеческий капитал), положительные внешние эффекты деятельности компаний. Лишь часть мероприятий может быть интерпретирована с точки зрения интернализации внешних эффектов, т.е. возмещения не только частных, но общественные издержки.

Ключевые слова: социальная ответственность; компании лесной промышленности; интернализация внешних эффектов; локальные общественные блага; специализированные активы; взаимодействие бизнеса с властью

Финансирование: Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 25-18-20080, <https://rscf.ru/project/25-18-20080/>, гранта Красноярского краевого фонда науки.

How companies in the timber industry are entering a «new era» of social responsibility

Margarita V. Kurbatova

Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russia, e-mail: kurbatova-07@mail.ru

Citation: Kurbatova M.V. (2025). How companies in the timber industry are entering a «new era» of social responsibility. *Terra Economicus* 23(4), 103–118 (in Russian). DOI: 10.18522/2073-6606-2025-23-4-103-118

The issue of corporate social responsibility has been a significant topic in economic literature for several decades. A new wave of interest is associated with the involvement of businesses in sustainable development goals implementation and integration with the ESG agenda. This study takes an economic approach: social responsibility is viewed as a discrete structural alternative to the internalization of externalities, related to the reimbursement of full social costs by firms. We analyzed the social responsibility practices of leading Russian companies in the timber industry. We considered its most important aspect – businesses' participation in solving the socio-economic problems of the regions where they operate. Companies' annual reports and sustainability reports provide the empirics for the study. The main research question is whether change in corporate rhetoric and reporting signify a transition to a “new era” that implies a shift in the relationships between business, government and local communities toward territorial development. Otherwise, the new form is hiding the old content. We identify interrelated groups of factors that determine social responsibility of timber companies: (1) industry-specific; (2) territorial; (3) size and structure of ownership; (4) the features of relations with authorities. The paper shows that in the “new era” companies are acting in traditional areas of regional support. The reporting standards being introduced make the submission of relevant information more formalized and standardized. Thus, various activities are misrepresented as a part of social responsibility programs. This misrepresentation includes both company's investment in its own assets (production infrastructure, human capital) and the positive external effects of its activities on local population. Only some of these activities can be interpreted in terms of internalizing external effects, i.e. compensating not only private costs but also social costs.

Keywords: social responsibility; timber companies; internalization of externalities; local public goods; specialized assets; business-government interaction

Funding: The research was supported by the grant of the Russian Science Foundation, project № 25-18-20080, <https://rscf.ru/en/project/25-18-20080/>, grant of the Krasnoyarsk Regional Science Foundation.

JEL codes: D21, D62, L73, M14

Введение

Проблема социальной ответственности с 1950-х гг. занимает устойчивое место в экономической литературе (Благов, 2004). За прошедшие десятилетия сменилось несколько подходов, сформировались разные направления исследований. С одной стороны, исследования отразили изменения, происходившие в отношениях между бизнесом, работниками, местным сообществом и государством. С другой – развивающиеся идеи стали задавать некую рамку развития данных отношений. С появлением ESG-повестки, в которой отразились установки устойчивого развития и необходимости вовлечения бизнеса в достижение целей устойчивого развития (ЦУР), принятых ООН в 2015 г., серьезно усилилась нормативная составляющая исследований. Выросло давление на компании в интересах корректировки сложившихся практик ведения бизнеса, снижения негативных экологических и социальных последствий деятельности.

В российскую экономическую науку данная проблема пришла в период рыночной трансформации экономики. До 1990-х гг. предприятия были встроены в общую систему социальной политики государства: участвовали в распределении «общественных фондов потребления», выстраивали социальную инфраструктуру для своих работников и других жителей городов и поселков (строили жилье, содержали детские сады, создавали производственно-технические училища, имели свои учреждения культуры, свои пионерские лагеря, турбазы, пансионаты и т.п.). Постсоциалистическая трансформация привела к кардинальному перераспределению финансовых потоков и разрушению системы общественных фондов потребления, на которой держалась государственная социальная политика. Предприятия оказались без ресурсов для поддержки социальных программ и социальной инфраструктуры, соответствующие обязательства были постепенно сброшены. Государство в силу сокращающихся возможностей и неотлаженной налоговой системы с трудом справлялось со своими социальными обязательствами, особенно на муниципальном уровне. На этом фоне развернулся поток аналитических и научных публикаций о социальной ответственности бизнеса. Социальная ответственность часто рассматривалась в контексте «социального покаяния», «искупления прошлых грехов и преступлений», реабилитации бизнеса перед населением и улучшения отношения к нему (Благов, 2004), сокращения социальных и политических рисков ведения бизнеса через следование требованиям «делиться» (Полищук, 2009). Оценки соответствующих практик были как положительными, так и негативными. Из одних и тех же описанных фактов следовали противоположные выводы: поддержки и отрицания требования «делиться».

Освоение уже существующих в мировой экономической науке теорий и концепций социальной ответственности бизнеса шло постепенно. Обобщались практики участия российского бизнеса в социально-экономическом развитии территорий, зарождались оригинальные научные концепты. Социальная ответственность рассматривалась как система социальных отношений между предприятиями и местными властями (Козина, 2005); раскрывались практики вовлечением компаний в жизнь местного сообщества (Якимец, 2005). Было показано, что за социальной ответственностью нередко скрывались практики дофинансирования территорий бизнесом (Курбатова, Левин, 2005; Курбатова и др., 2005); что она «становится адаптационным механизмом, позволяющим бывшим советским предприятиям приспособиться к работе в рыночных условиях» (Лапина, 2006: 37). При этом бизнес во взаимодействии с властью следовал своим рациональными потребностями, занимал достаточно сильную позицию, извлекая выгоды из него в форме преференций различного рода (Сидорина, 2007). Встраивание в дискурс мировой науки прервало этот формирующийся тренд и усилило нормативный крен в исследованиях. Данный крен имел и объективную основу: крупный российский бизнес осваивал сформированные в мировой практике нормы и стандарты деятельности. Оценка соответствия этим практикам стала своеобразной «мерой» продвинутой, что отразилось и в научных исследованиях. Ушли на второй план проблемы особенностей участия российского бизнеса в социально-экономическом развитии территорий присутствия.

Нормативный крен усилился и в мировой науке. В 2004 г. появилась повестка *ESG* как система специфических факторов инвестиционного анализа, ответственного инвестирования и управления рисками. Со временем она стала рассматриваться «как аналог корпоративной социальной ответственности (КСО) в контексте устойчивого развития, а также как идеологическое предпочтение заинтересованных сторон» (Благов, 2024: 292–293). *ESG*-повестка была включена в «зонтичную» концепцию взаимодействия бизнеса, общества и природы, что породило «специфический эффект в виде концепции идеологических предпочтений» (Там же: 296). Введение требований по нефинансовой отчетности компаний, в которых отразилась проблематика ЦУР, и далее – введение *ESG*-стандартов и *ESG*-рейтингов повлияло на организацию деятельности компаний и структурирование бизнесом информации о практиках социальной ответственности. Началась «новая эпоха» социальной ответственности.

По данным Научной электронной библиотеки *eLIBRARY.ru*, использование термина «социальная ответственность» в названии, ключевых словах и аннотациях научных статей непрерывно росло вплоть до 2016 г., далее снижалось и вновь увеличилось в 2023 г. Использование термина *ESG* резко выросло в 2020 г., а с 2021 г. он стал использоваться чаще, чем «социальная ответственность». Научное сообщество российских экономистов активно включилось в повестку *ESG*, в соответствии с которыми стандартами которой происходит формализация подходов к социальной ответственности бизнеса. За этой формализацией исчезает проблема страновых/региональных, а также отраслевых различий в отношениях между бизнесом, работниками, местным сообществом и государством по проблемам социально-экономического развития территорий.

В данной работе проведен анализ практик социальной ответственности ведущих российских компаний лесной промышленности. При этом рассматривается важнейшее направление социальной ответственности – участие предприятий в решении социально-экономических проблем регионов присутствия. Эмпирическую основу исследования составили годовые отчеты и отчеты об устойчивом развитии ведущих компаний. Основной исследовательский вопрос состоит в том, означают ли изменения в риторике, в отчетности компаний переход в «новую эпоху», предполагающую существенный сдвиг в отношениях бизнеса с властью и местным сообществом по проблемам социально-экономического развития территорий, либо за новой формой скрывается старое содержание.

Экономический VS менеджеристский подход в исследовании социальной ответственности бизнеса

Взгляды экономистов и менеджеров (как представителей разных направлений экономической науки) на практики социальной ответственности бизнеса не могут не различаться в силу различий в предметах и целях их научно-исследовательских программ (НИИ). Менеджеристский вариант трактовки социальной ответственности предполагает акцент на способность менеджмента принимать социально взвешенные решения и является бизнес-центричным: «корпоративная социальная ответственность может быть определена как рациональный отклик компании на систему противоречивых ожиданий заинтересованных сторон, направленный на устойчивое развитие компании» (Благов, 2004: 22). Суть подхода заключается в исследованиях эффективности (в разных аспектах – экономическом, социальном, репутационном, взаимодействия с властью и местным сообществом) использования ресурсов компаний. Он предполагает анализ через призму эффективности бизнес-процессов и влияния на положение компании на рынке, а также по отношению к власти и обществу, как основы получения устойчивого дохода и средства реализации собственных долгосрочных интересов. Проводится много исследований, направленных на получение эмпирических данных о том, является ли корпоративная социальная ответственность (КСО) просто утечкой прибыли фирмы или источником конкурентного преимущества (Beji, Youfi, 2025). Ключевыми здесь являются конкурентные преимущества, получаемые в результате реализации программ социальной ответственности, которые не просто снижают социальные риски, но и формируют благоприятную для бизнеса среду. Основными понятиями являются: мотивация и этика бизнеса / управленческая этика; корпоративное гражданство, заинтересованные стороны / стейкхолдеры; социальная отчетность и рейтинги. Основными концепциями – концепции «заинтересованных сторон», «этики бизнеса», «корпоративного гражданства» (Благов, 2004), создания «разделяемой (общей)» ценности.

Для менеджеристского подхода характерен сильный нормативный крен. Он формирует ожидания того, как все должно быть сделано, какими должны быть справедливые и приемлемые деловые практики (Doh et al., 2010). В работе Р. Фримена с коллегами предложено понимание «капитализма заинтересованных сторон» как общества, в котором «мораль и этика заложены с самого начала, а заинтересованные стороны признаются важными участниками создания стоимости и торговли» (Freeman et al., 2007: 304). Обоснование социальной ответственности объясняется переходом к «постэкономической системе ценностей», требованиями к компаниям решать помимо экономических и социальные задачи (Романова, Ткаченко, 2001: 28)¹. В конечном счете суть нормативного крена заключается в показе того, как компании стремятся соответствовать принятым нормам и стандартам, признанным «лучшим образцам». Менеджеристский подход стал основным для исследований проблем социальной ответственности бизнеса. Фиксируется растущий объем литературы о предпосылках и последствиях корпоративной социальной ответственности, о зависимости экономического положения фирмы (прибыльности, курса акций) от ее достижений по части социальной ответственности (Doh et al., 2010).

По оценкам М. Фридмана, доктрина социальной ответственности на практике часто является прикрытием для действий, которые оправданы другими основаниями². Такими основаниями могут оказаться выделение корпорацией как крупнейшим работодателем ресурсов на обеспечение местного сообще-

¹ М. Фридман по этому поводу замечает: «Бизнесмены, которые так говорят (*озабочены не “просто” прибылью, но и продвижением желательных “социальных” целей; что бизнес обладает “социальной совестью”*), являются невольными марионетками интеллектуальных сил, которые последние десятилетия подрывали основы свободного общества». Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. The New York Times Magazine, September 13. <https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1970/09/13/223535702.html?pageNumber=379> (accessed on October 10, 2025)

² Friedman, 1970, op. cit.

ства, мотивы налоговых вычетов и др. Подобные практики имитации и мимикрии бизнеса под нормативные требования социальной ответственности расцениваются им как «близкие к мошенничеству»³. Редко какой теоретический обзор по социальной ответственности обходится без критики следующего тезиса М. Фридмана: «у бизнеса имеется одна и только одна социальная ответственность: использовать свои ресурсы и заниматься деятельностью, рассчитанной на увеличение своих прибылей, соблюдая при этом правила игры, то есть участвуя в открытой и свободной конкуренции без обмана и мошенничества» (Фридман, 2006: 157). Если его очистить от пафоса защиты «свободного общества» от замещения механизмов рынка политическими механизмами, то следует обратить внимание на два момента. Во-первых, на правила игры, которые определяют распределение ресурсов. Во-вторых, на реальные угрозы экспансии немонетарных индикаторов деятельности компаний, заключающиеся в перераспределении власти, в усилении государственной бюрократии и разрастающихся неправительственных организаций, берущихся за оценку бизнеса. Соответственно, необходим взгляд на практику социальной ответственности с точки зрения перераспределения ресурсов и доходов, компенсации «провалов рынка» (Соболева, 2005).

Собственно экономический подход предполагает исследование распределения ресурсов, обеспечивающего максимизацию общественного благосостояния. На место дилеммы «вычет из прибыли или источник конкурентоспособности компании» встают вопросы: во-первых, об обоснованности перераспределения ресурсов через механизм социальной ответственности (например, решением проблем экстерналий, производства локальных общественных благ, информационной асимметрии); во-вторых, о последствиях такого перераспределения (окажутся ли экономические потери от перераспределения ниже потерь от «провалов рынка», а также ниже потерь от «провалов государства» при решении этих проблем).

В российской литературе можно найти два взгляда на социальную ответственность с учетом внешних эффектов. Первый предполагает, что социально ответственные компании способствуют интернализации отрицательных экстерналий своей деятельности, участвуют в производстве общественных благ (локальных). Происходит разделение ответственности за решение проблем «провалов рынка» между государством и бизнесом через «самоограничение компаний в хищническом использовании ресурсов, ... добровольное уменьшение отрицательных экстерналий и увеличение положительных» (Сафрончук, 2017: 52). Повышение эффективности распределения ресурсов достигается за счет частичного снятия проблем «провалов государства». Второй подход заключается в оценке инвестиций в персонал, в инфраструктуру как общественного выигрыша от деятельности компаний: «... выигрыш общества представляет собой не более чем положительную экстерналию в результате действий, предпринятых компанией исключительно в собственных интересах» (Полищук, 2009: 7). Признаются сравнительные преимущества социальной ответственности в производстве локальных общественных благ («большинство требующих регулирования проблем локальны по своей природе»), состоящие в решении проблем информационной асимметрии. Речь также идет о более эффективном распределении ресурсов, но при этом ставится вопрос о «нецелевом использовании» института КСО как «неформального и произвольного налогообложения», которое консервирует «старые практики», а также истощает корпоративные и государственные финансы (Там же: 21–22).

Проблема отрицательных внешних эффектов обычно рассматривается на примерах экологического ущерба. Но можно говорить и об экстерналиях социального характера, как положительных (например, в форме воздействия на рынки труда, роста заработных плат; появления новых возможностей для развития малого бизнеса и т.п.), так и отрицательных. Они связаны с пространственным размещением производства и серьезно различаются в зависимости от отраслевой принадлежности компаний. Так, отрицательными экстерналиями социального характера от деятельности компаний лесной промышленности являются строительство отдаленных поселений, изолированных из-за транспортной недоступности, а также ограниченность локальных рынков труда, не предоставляющих для населения достаточного выбора направлений деятельности. Соответственно, возникают особые проблемы функционирования и развития территорий. Одна из таких проблем – моногорода, развитие которых привязано к деятельности компании. Отдельная проблема – зависимость органов власти от ресурсов одной компании.

В мейнстриме подобные проблемы оттесняются на периферию исследований в связи с особенностями подходов ее НИП. Признание конкуренции и рынков в качестве основных механизмов распределения ресурсов распространяется и на общественные процессы. Предполагается, что проблемы отрицательных экстерналий, связанные с размещением бизнеса, снимаются, с одной стороны, более высокой заработной платной, компенсирующей худшие условия проживания; с другой стороны – мобильностью населения, «голосующего ногами» за/против того или иного бизнеса. Отсюда и рекомен-

³ Ibid.

дации по решению подобных «провалов рынка», заключающиеся в обеспечении мобильности рабочей силы. В экономической теории «классной доски» (по Р. Коузу) подобный подход вполне приемлем и отражает исторически сформированную связанность территорий, а также сложившуюся культуру мобильности. Для стран с большими территориями, проблемами неравномерности развития и территориальной связанности (например, для России) необходимы другие подходы. Отрицательные экстерналии социального характера здесь приобретают устойчивость. Требуется решать проблемы «провалов рынка», которые обычно возникают на локальном уровне.

Подходы к проблемам подобной сложности разрабатываются Блумингтонской школой политической экономии. В дополнение к традиционным механизмам регулирования (рынок и государство) предлагается рассматривать саморегулирование как способ решения проблем «провалов рынка» локального характера; они анализируются в контексте коллективного выбора. Ядром НИП данной школы является полицентрический подход, который предполагает наличие множества центров принятия решений, формально независимых друг от друга: «спонтанный или полицентрический порядок – это порядок, в котором многие элементы способны взаимно приспособляться для упорядочения отношений друг с другом в рамках общей системы правил, где каждый элемент действует независимо от других элементов» (Ostrom, 1999: 57). Можно выделить две особенности такого подхода. Во-первых, внимание к проблемам, возникающим на местном уровне, и к механизмам самоорганизации в их решении: «Если принять то, что люди, опираясь на эвристику и нормы, могут целый ряд проблем решать самостоятельно, а для решения других создавать новые структурные модели, то и понимание того, каким должно быть государство и что оно должно делать, станет иным» (Остром, 2010: 35). Во-вторых, признание того, что рациональный выбор в условиях коллективных действий зависит от набора структурных переменных (количество людей, количество мужчин и женщин в группе, степень их заинтересованности в получении прибыли, уровень учетных ставок, тип и предсказуемость проводимых трансформационных процессов, плотность размещения организационных уровней, мониторинговые технологии и доступность к информации всех участников) (Там же). С точки зрения полицентрического подхода социальная ответственность бизнеса предстает как система, в которой субъекты, принимающие решения, одновременно конкурируют и сотрудничают, взаимодействуют и учатся друг у друга. Такое взаимодействие создает дополнительные возможности для экспериментов и обучения, формирует взаимное доверие. За счет этого и возникают сравнительные преимущества социальной ответственности бизнеса в интернализации отрицательных экстерналий, связанных с его деятельностью.

Социальная ответственность – это не «добрая воля» предпринимателя, не проблема «этичности» бизнеса, и даже не учет интересов стейкхолдеров, а механизм интернализации отрицательных внешних эффектов, как экологических, так и социального характера. Ее следует рассматривать как дискретную структурную альтернативу среди других механизмов интернализации внешних эффектов. Таким образом, мы опираемся на функциональный подход к интернализации, развиваемый в А.Е. Шаститко и Н.С. Павловой (2022: 31–32): «... для выбора (в том числе на основе институционального проектирования на микро-, мезо- и макроуровнях) наилучшей из доступных форм экономической организации нужен сравнительный анализ дискретных структурных альтернатив, который позволял бы учитывать как их сравнительные преимущества, так и их изъяны». Для отрицательных экстерналий социального характера, проявляющихся в специфических социальных проблемах на территориях размещения бизнеса, возникает вопрос: должно ли их решение осуществляться исключительно через социальную политику государства или существенную часть ответственности должен взять бизнес?

Данный подход противопоставляется регуляторному и рыночному фундаментализму (Шаститко, Павлова: 33). Нормативным основанием рыночного фундаментализма является идея существования естественных преимуществ рыночной организации, в том числе и в ликвидации «провалов», причиной которых обычно назначается государство. Так, в начале 2000-х гг. одна из распространенных трактовок развития социальной ответственности бизнеса в России была увязана с нехваткой бюджетных ресурсов и «недоработками» государства в проведении социальной политики (Соболева, 2005; Полищук, 2009). Сложившиеся практики социальной ответственности были представлены не как дополнение к соответствующим функциям государства, а как их замещение (Соболева, 2005). При учете же контекста, важного для функционального подхода, необходимо обращать внимание на накопленные ранее и текущие отрицательные экстерналии социального характера. В связи с этим подобные утверждения оказываются как минимум недостаточно обоснованными. Они построены на представлениях о безымянности «провалов рынка» и «дополнительности» нагрузки на бизнес. На самом же деле после разрушения действовавших в советской экономике механизмов распределения ресурсов и в отсутствие в период постсоциалистиче-

ской трансформации инструментов интернализации отрицательных экстерналий произошло накопление «долгов» компаний по возмещению ущербов (как экологических, так и социальных).

Таким образом, экономический подход к социальной ответственности бизнеса описывается с помощью следующих понятий: распределение ресурсов, провалы рынка, внешние эффекты и их интернализация, локальные общественные блага, сравнительная эффективность механизмов интернализации внешних эффектов, провалы государства. Именно этот, а не менеджеристский подход следовало бы использовать для обоснования государственного регулирования. Нормативность бизнес-центричного менеджеристского подхода сопровождается замещением проблемы вменения издержек за наносимые ущербы проблемой добровольных (!) расходов бизнеса на социальные и экологические проекты. Бизнес, таким образом, перехватывает у общества и государства инициативу определения масштабов собственной ответственности за ущербы, наносимые его деятельностью. Он берет на себя ответственность, исходя из собственных соображений, а проблема интернализации внешних эффектов решается лишь частично.

Проблемы интернализации внешних эффектов деятельности компаний лесопромышленного комплекса

Оценки уровня развития социальной ответственности российских компаний приведены в докладах о социальных инвестициях в России (Благов и др., 2008; Благов, Соболев, 2014; Благов, Петрова-Савченко, 2020). Для данного исследования интересны следующие результаты⁴:

- о масштабах затрат бизнеса на социальные инвестиции. Для всех компаний: в 2003 г. – 42,8 тыс. руб. на одного работника, в 2007 г. – 54,3 тыс. руб. Для компаний ЛПК: 35,8 и 124,8 тыс. руб. соответственно (Благов и др., 2008: 49, 51);
- о месте поддержки местного сообщества в структуре затрат: в 2003 г. – 9,1%, в 2007 г. – 14,1%, в 2011 г. – 20,3% (Благов, Соболев, 2014: 55);
- о лидерских позициях лесной и лесоперерабатывающей промышленности в 2007 г. по индексу социальных инвестиций в перерабатывающем секторе.

Трактовка социальной ответственности А. Керолла через достижение устойчивого развития компании во взаимодействии с заинтересованными сторонами позволяет ставить вопрос о значении институциональной среды в ее организации: «характеристики национальной, отраслевой и корпоративной культур, эти особенности проявляются в специфической системе ожиданий заинтересованных сторон и соответствующей реакции бизнеса на эти ожидания» (Благов, 2004: 22). Л. Полищук (2009: 10) отмечает, что «достоинства и недостатки КСО... варьируются во времени и пространстве, в зависимости от структуры экономики и общества, политической и культурной традиции, административной и судебной системы, состояния ключевых институтов». Другие исследователи обращают внимание на различия в отношении к корпоративной ответственности фирм разных отраслей, на разный выбор приоритетов в реализации соответствующей политики (Веji, Yousefi, 2025: 99). Показано, что компании сырьевого или промышленного секторов применяют более широкие практики корпоративной социальной ответственности, проводят более формальную и четкую политику. Тем самым они улучшают свой имидж и повышают прибыльность. В контексте ответственности бизнеса перед территориями присутствия можно выделить взаимосвязанные группы факторов, определяющие ее уровень и характер.

К *отраслевым* относятся такие факторы размещения и привязки к определенным территориям, как доступ к источникам сырья и другим важнейшим для данного бизнеса ресурсам; развитость инфраструктуры и особенности логистики; историческая обусловленность – наличие работников с профессиональной культурой определенного типа, их готовность работать в данной отрасли. С институциональной точки зрения речь идет о специфичности активов (специфичности местоположения, физических активов, человеческого капитала), которые возникают в межвременном контексте⁵. Компании лесной промышленности привязаны к определенным территориям и оказывают серьезное влияние на

⁴ Доклады о социальных инвестициях публиковались в 2004, 2008, 2014 и 2019 г. В последующих докладах данные могут отсутствовать, что затрудняет оценку динамики.

⁵ Под специфическими активами понимаются активы, которые имеют особую ценность при выполнении конкретного контракта. По О. Уильямсону, инвестиции специального назначения позволяют снизить затраты. «Однако такие инвестиции одновременно являются рискованными, так как созданные посредством их специфические активы не могут быть в случае прерывания или преждевременного расторжения контракта перемещены для использования в других проектах без ущерба для их экономической ценности» (Уильямсон, 1996: 107).

их социально-экономическое развитие. Для них важен лес определенного качества, инфраструктуру (прежде всего лесные дороги) приходится формировать самим; для лесоразработки важно наличие сети поселений, либо ее приходится создавать; для лесопереработки важны ресурсы воды, электроэнергии, кадры определенной квалификации. Привязанность к территории сопровождается появлением локальных экстерналий разного рода, что обуславливает сравнительные преимущества социальной ответственности для их интернализации.

К *территориальным* относятся факторы размера и привлекательности территорий для размещения бизнеса. Здесь возможны следующие варианты:

- предприятие размещается в достаточно крупном городе с большим количеством компаний различных отраслей. Распределение ответственности перед местным сообществом осуществляется между компаниями, возникают возможности уклонения от нее (проблема «безбилетника» при производстве локальных общественных благ). Примеры такого размещения есть в Тюмени (Группа компаний «Свеза») и Уфе (Группа «Ультрадекор», ранее – международная компания *Kronospan*);
- предприятие – крупный работодатель (градообразующее), но есть и другие значимые компании. Возможности уклонения от ответственности сохраняются, она становится объектом «торга» с органами власти, результат которого зависит от соотношения их «переговорных позиций». Практически все крупнейшие компании лесной промышленности обращают внимание на градообразующий характер своих предприятий;
- предприятие является градообразующим, а город/поселок его размещения имеет официальный статус моногорода. Социальные проекты компании встраиваются в программы развития моногорода. Возможности для «торга» сокращаются, но полностью не исчезают. В данном случае можно говорить о согласованном между компанией и обществом уровне интернализации экстерналий через различного рода инвестиционные программы и проекты социальной ответственности. Среди градообразующих предприятий моногородов 45 (11,2%) относятся к предприятиям лесной промышленности и деревообработки⁶, например Октябрьский, Новодвинск, Онега, Коряжма (все Архангельская область), Сокол (Вологодская область), Красная Поляна (Кировская область), Пиндуши, Муезерский (Республика Карелия), Парфино (Новгородская область), Мантурово (Костромская область)⁷;
- предприятие является практически единственным работодателем для небольших поселений (поселков городского типа, сел). Масштабы и баланс различного рода эффектов от деятельности компании очевидны, что определяет ее участие в функционировании и развитии поселения.

Особенности бизнеса в лесной промышленности проявляются в том, что большая часть предприятий являются градообразующими и расположены в небольших по размерам населенных пунктах. По классификации Центра стратегических разработок (ЦСР) они относятся к «компаниям – центрам территории»: небольшие города, зависимые от производства; исторически сформировавшиеся ожидания, бизнес воспринимается как донор, обеспечивающий основные нужды территории; бизнес заинтересован в удержании кадров и усилении бренда территории; слабые муниципалитеты и дефицит ресурсов⁸. Исходя из сделанного в исследовании ЦСР вывода о том, что «чем меньше размер территории, тем выше субъектность бизнеса»⁹, это позволяет судить о «высокой субъектности» (сильных переговорных позициях) компаний лесной промышленности во взаимодействии с региональной и тем более – муниципальной властью.

Размеры и структура собственности компании определяют ее место на рынках (специализированная/диверсифицированная компания), возможности ее выхода на рынки капитала, уровень зависимости от требований к корпоративной отчетности (в том числе нефинансовой), а также характер и степень зависимости от государства (на федеральном/региональном уровнях). Все это определяет силу переговорных позиций компании при взаимодействии с органами власти. С точки зрения отношения к социальной ответственности наиболее значимы такие факторы, как размер, публичность компании и наличие иностранных собственников. Крупные компании лесной промышленности обычно представляют собой группы компаний федерального значения (например, ПАО «Сегежа Групп» входит в группу АФК «Система»; учредителями Группы компаний «Свеза» являются ООО «Фор Инвест», ООО «Севергрупп», физическое лицо). При-

⁶ Риски 2022: градообразующие организации и моногорода. Москва: ЦСР, 2022, с. 11.

⁷ Там же, с. 6.

⁸ Бизнес и территории: новый этап отношений. Январь – март 2021 г. М.: ЦСР, с. 8. <https://www.csr.ru/upload/iblock/e2f/e2fd824dd8275811caa642795b63d894.pdf> (дата обращения: 10.10.2025)

⁹ Там же.

мером публичной компании с контролем иностранных собственников было АО «Группа Илим». При этом именно иностранные собственники добровольно или вынужденно проявили себя в 2022 г. как «социально безответственные», оставив бывшие свои компании без рынков сбыта, поставок критических компонентов, приостановив действия сертификатов, подтверждающих качество продукции. Про этичность, заинтересованные стороны, природоохранную деятельность было забыто, остались лишь «рациональные» (в существующих геополитических условиях) интересы иностранных компаний. В 2022 г. свою деятельность в России приостановили и начали продажу своих активов *IKEA Industry* (Красная Поляна, Кировская область), *UPM-Kymmene Corporation* (Чудово, Новгородская область), компания *International Paper* (Коряжма Архангельской области, Усть-Илимск Иркутской области)¹⁰. Далее из России ушли *Kronospan* и *Mondi*.

Отдельная проблема развития социальной ответственности заключается в состоянии местных органов власти, зависимости результативности их деятельности от ресурсов одной компании. В материалах ЦСР показывается, что слабость муниципалитетов «делает границу участия бизнеса в развитии территории размытой», описывается замкнутый круг «избыточный контроль – выученная беспомощность»¹¹. Однако, как показывают исследования, в малых городах взаимодействие власти и бизнеса практически не приближается к «идеальной модели» независимости власти от бизнеса: в американских городах бизнесу обычно отводится центральное место в правящих коалициях, он контролирует важные политические ресурсы; в Европе потенциал власти субъектов частного сектора увеличивается; в России «инициаторами коалиций между бизнесом и властями выступают обе стороны: бизнесмены заинтересованы в получении льгот и привилегий или, по крайней мере, в безопасности своего бизнеса, а местные власти – в развитии бизнеса» (Чирикова, Ледяев, 2025: 29, 38). Это означает, что «переговорные позиции» бизнеса на муниципальном и нередко на региональном уровне – значительны. Компании могут определять и объем, и направленность затрат на социальные программы, выбирая наиболее предпочтительные с точки зрения интересов компании, а не территории присутствия.

Исследования показывают, что приоритетной для российского бизнеса оказывается ответственность перед работниками: затраты на развитие персонала, охрану здоровья и безопасные условия труда в социальных инвестициях стоят на первом месте (для 2003 г. – 53,7%, в 2007 г. – 58,9%, в 2011 г. – 55,0%), на втором – затраты на природоохранную деятельность и ресурсосбережение (для 2003 г. – 21,0%, в 2007 г. – 19,0%, в 2011 г. – 12,2%). Затраты на поддержку местного сообщества за исследуемый период выросли с 9,1% до 20,3%¹² (Благов, Соболев, 2014: 55). Можно предположить, что при сильных позициях компаний учет интересов стейкхолдеров (работников, не имеющих лучших альтернатив на локальном рынке труда; местного сообщества; муниципалитетов) является, скорее, имитацией, а среди программ социальной ответственности преобладают те, которые непосредственно связаны с обеспечением ресурсами самих компаний. Соответственно, масштабы интернализации отрицательных экстерналий (как экологических, так и социальных) переводятся на «добровольное начало». Фактически это означает решение компаниями проблем, ограничивающих их деятельность на территориях размещения, многие из которых сформированы самими компаниями.

«Новая эпоха» социальной ответственности: что меняется?

«Новая эпоха» социальной ответственности началась с встраивания в повестку ЦУР и развивалась в направлении интеграции с ESG-повесткой. Изменился подход к устойчивому развитию, актуальным стал переход «к неотложным мерам по сохранению основных систем глобального жизнеобеспечения» (Благов, Петрова-Савченко, 2020: 12). Это потребовало более активного вовлечения бизнеса в реализацию ЦУР. Развернулся процесс формирования нового типа отчетности, в которую была интегрирована отчетность о достижениях в сфере устойчивого развития. Были приняты стандарты нефинансовой отчетности, среди которых наиболее значимыми для компаний лесной промышленности стали¹³: руководящие принципы ОЭСР для многонациональных предприятий;

¹⁰ Риски..., 2022, указ. соч., с. 10.

¹¹ Бизнес и территории..., 2021, указ. соч., с. 3, 15.

¹² В следующем докладе отсутствуют данные о распределении затрат между направлениями социальных инвестиций. Можно предположить, что данные по 2011 г. отразили адаптацию компаний к мировому финансовому кризису 2008–2009 гг., который обусловил необходимость большей поддержки местных сообществ и муниципалитетов, чьи доходы сократились.

¹³ Годовой отчет ПАО «Сережа Групп», 2024, с. 164. <https://segezha-group.com/investors/reports/annual-reports/> (дата обращения: 10.10.2025)

стандарт взаимодействия с заинтересованными сторонами *AA1000SES*; стандарт *ISO 26000* «Руководство по социальной ответственности»; стандарты по отчетности в области устойчивого развития Глобальной инициативы по отчетности (*GRI*). Компании стали присоединяться к Глобальному договору ООН¹⁴, вступать в Ассоциацию «Национальная сеть ГД ООН». Появилась заинтересованность в прохождении различного рода сертификации, например, в соответствии со стандартами Лесного попечительского совета (*Forest Stewardship Council – FSC*), среди принципов которого есть поддержка или улучшение социального и экономического благосостояния местных сообществ¹⁵.

Появилась система оценки компаний, включающая нефинансовую отчетность, социальные рейтинги и *ESG*-рейтинги. Со стороны компаний появился спрос на «внешнее подтверждение легитимности» в плане соответствия ожиданиям относительно их социальной позиции. Сравнительно новым явлением стало стремление отдельных лиц и организаций узнать больше о социальной ответственности компаний, в которые они инвестируют, и одновременно – желание фирм, чтобы их считали ответственными участниками общества (Doh et al., 2010: 1481). Все это ориентировано на поддержку инвестиционного потока и наращивание стоимости компаний, на повышение эффективности социальных затрат компаний. Сформировались новая инфраструктура и новые рынки деловых услуг. В исследованиях усилилась нормативная составляющая. «Мерой» продвинутости бизнеса в социальной ответственности стало соответствие неким идеологическим предпочтениям, закрепленным новыми правилами игры.

Для российских компаний характеристики «новой эпохи» социальной ответственности приведены в докладе ЦСР. 1990-е гг. охарактеризованы как период «развода» предприятий и государства на фоне дефицита ресурсов, 2000-е гг. – как структурирование поддержки; с 2010-х гг. – как развитие стандартов и усложнение среды¹⁶. В приведенных характеристиках проявляется как мировая повестка, так и специфическая российская: повышение требований к соответствию корпоративных практик международным стандартам, интеграция в стратегии бизнеса идеологии ответственного инвестирования, основанной на учете *ESG*-факторов; уход от патернализма и переход к софинансированию проектов, более активный проектный подход; использование грантовых программ, работа с некоммерческими организациями; ориентация бизнеса на программы и стратегии долгосрочного развития территорий и национальные проекты¹⁷.

Таким образом, меняются как способы реализации социальной ответственности компаний, так и формы представления информации о ней. Снижается доля компаний, ориентирующихся на «свободную форму» подачи информации о социальной ответственности. По мнению ряда исследователей, придерживаясь стандартов подачи информации, компании расширяют возможности использования своего отчета как управленческого инструмента и демонстрации погруженности в глобальную повестку устойчивого развития. При этом ограничиваются возможности представлять социальную деятельность в выгодном свете (Благов, Петрова-Савченко, 2020: 52–53). Новый управленческий подход к взаимодействию компании с местным сообществом реализуется через отход от реактивных действий в ответ на его нужды и переход на поддержку социальных проектов, взаимодействие с некоммерческими организациями, использование волонтерства. Так решается проблема повышения эффективности использования ресурсов компаний на социальные и благотворительные мероприятия. Важнейшими вопросами оказываются следующие:

- в какой степени изменилась практика социальной ответственности перед местным сообществом в регионах присутствия, а в какой – происходит «переупаковка» существующих практик с использованием стандартных формулировок;
- на самом ли деле ограничиваются возможности компаний представлять социальную деятельность в выгодном свете.

Крупнейшие компании лесной промышленности по-разному формируют информацию о себе и об участии в развитии регионов присутствия. Это связано с тем, что они имеют разный правовой статус и подчиняются разным требованиям к раскрытию информации, а также в разное время начинают использовать международные стандарты. Тем не менее полученная достаточно разрозненная информация позволяет сделать ряд важных обобщений. Компании демонстрируют свою погруженность в

¹⁴ Глобальный договор ООН содержит призыв к компаниям привести свою стратегию и деятельность в соответствие с десятью всеобщими принципами в области прав человека, трудовых отношений, охраны окружающей среды и борьбы с коррупцией, а также принять меры для достижения социальных целей и ЦУР. <https://www.un.org/ru/36167> (дата обращения: 10.10.2025)

¹⁵ Лесной попечительский совет является международной некоммерческой организацией в форме ассоциации. Компании лесной промышленности заинтересованы в сертификации своей продукции в соответствии с ее стандартами. <https://fsc.org/en/standards> (дата обращения: 10.10.2025)

¹⁶ Бизнес и территории..., 2021, указ. соч.

¹⁷ Там же.

глобальную повестку устойчивого развития: «Учитывая глобальный контекст и стоящие перед Компанией задачи, Группа «Илим» в 2021 году усилила акцент на структурировании своей деятельности в соответствии с целями устойчивого развития ООН, формировании ESG стратегии, оценке выбросов парниковых газов и мероприятий по их сокращению»¹⁸.

Несмотря на новые приоритеты, сохраняются основные направления работы компаний на территориях присутствия. К традиционным действиям, например, относятся: в сфере образования: установка водоочистного оборудования в дошкольных и школьных учреждениях города (Группа «Илим», 2012); строительство нового современного детского сада (Группа «Илим», 2014); в сфере здравоохранения: приобретение нового оборудования для перинатального центра (Группа «Илим», 2020); финансовая помощь детской республиканской больнице (Группа «Илим», 2023); в сфере культуры: финансовая поддержка Спасо-Каменному Преображенскому монастырю в Вологодской области, Крестовоздвиженскому кафедральному собору в Красноярском крае и Троицкому храму г. Сегежи в Республике Карелия («Сегежа Групп», 2023); в области спорта и физической культуры: ремонт и обслуживание Дворца спорта («Сегежа Групп», 2018); «Зеленый фитнес *Segezha Group*» – проведено 725 бесплатных и доступных для всех местных жителей тренировок на открытом воздухе («Сегежа Групп», 2021); в области благоустройства и создания комфортной среды: благоустройство парковой зоны и большого общественного пространства для отдыха горожан (Группа «Илим», 2020); строительство объекта общественного назначения «Третье место» («Сегежа Групп», 2023). «Новая эпоха» социальной ответственности проявляется не столько в изменении направлений затрат и действий компаний, сколько в систематизации сложившихся практик.

Во-первых, отбор практик участия в поддержке регионов присутствия для нефинансовой отчетности компаний осуществляется по новым правилам (например, в соответствии с требованиями GRI). Выбираются «правильные» формулировки для представления традиционно реализуемых мероприятий. Анализ отчетов компаний показывает, что до внедрения стандартов информация компаний – менее структурированная, но в каких-то моментах более полная и «откровенная». Так, Группа «Илим» в годовых отчетах 2010-х гг. давала информацию о заключении и результатах реализации социально-экономических соглашений с администрациями регионов и муниципальными образованиями. Последнее упоминание такого соглашения встречается в годовом отчете 2017 г. Далее соответствующие мероприятия распределяются по установленным направлениям деятельности в соответствии с ЦУР. В отчетах «Сегежа Групп» произошла модификация целей социальных инвестиций, в которой отразилась ориентация на стандартизацию формулировок. До 2020 г.: «Основная цель социальных инвестиций *Segezha Group* – улучшение качества жизни в населенных пунктах и повышение их привлекательности для жителей. Поэтому в этих моногородах *Segezha Group* формирует не только рабочие места для местных жителей, но и социокультурную среду для жизни населения»¹⁹. Впоследствии вторая часть о «формировании социокультурной среды» исчезла.

Во-вторых, проводится работа по повышению результативности социальных расходов компаний. Ряд компаний действует через благотворительные общества²⁰, некоммерческие организации. Реализуется проектный подход, устанавливаются показатели деятельности и контролируются ее результаты. Компании обращаются к «модным практикам» волонтерства, вовлечения местных сообществ через различного рода конкурсы, инициативное бюджетирование, обучение проектной деятельности. В этом направлении интересны следующие практики.

1. В области проектного управления. Компании переходят к управлению проектами, формированию «зонтичных проектов», программам долгосрочных действий. Так, «Сегежа Групп» перешла к управлению благотворительными «зонтичными проектами» в области создания инфраструктуры для города, спорта, образования, экологии²¹. Компания «Свеза» в 2022 г. перешла от точечных проектов к социальным инвестициям на программной основе: «Компания использует инструменты, которые объединяют ресурсы власти, бизнеса, некоммерческих организаций и сообществ. Наиболее масштабный такой инструмент – программы социально-экономического развития территорий на основе трехсторонних соглашений: “Свеза” – регион – муниципалитет»²².

¹⁸ Годовой отчет АО «Группа «Илим», 2021, с. 5. <https://www.ilingroup.ru/aktsioneram/raskrytie-informatsii/godovji-otchet/> (дата обращения: 15.06.2025)

¹⁹ Там же, с. 118.

²⁰ Благотворительный фонд «Илим Гарант»; Благотворительный фонд «Система» («Сегежа Групп» – один из партнеров).

²¹ Годовой отчет ПАО «Сегежа Групп», 2018, с. 91. <https://segezha-group.com/investors/reports/annual-reports/> (дата обращения: 10.10.2025)

²² Свеза. Отчет об устойчивом развитии, 2022, с. 84. <https://sveza.ru/documents/ustoychivoe-razvitie/otchet-po-ustoychivomu-razvitiyu/> (дата обращения: 10.10.2025)

2. В области взаимодействия с властью и местным сообществом. Компании используют грантовые конкурсы, стремятся опираться на социально активное население: «Более 30 инициатив граждан, связанных с благоустройством городских общественных пространств, воспитанием молодежи и сохранением лучших традиций прошлого, получили грантовое финансирование»²³; «В ряде муниципалитетов для определения объектов оказания поддержки компания участвует в программе “Народный бюджет”. Программа объединяет усилия органов власти, местного населения и бизнеса для решения проблем городских и сельских территорий»²⁴.

3. В организации волонтерской деятельности сотрудников компаний: «Более трёх лет в “Свезе” функционирует программа корпоративного волонтерства “Свежа Актив”. За это время участники организовали более 200 мероприятий, связанных с экологией, здоровым образом жизни, социальной и интеллектуальной поддержкой регионов»²⁵.

В-третьих, значимым направлением оптимизации деятельности по поддержке регионов присутствия становится участие в реализации национальных проектов. «По результатам участия в двух проектах в рамках национальных проектов “Экология” и “Наука” совместно с АНО “Национальные приоритеты” “Свежа” получила статус партнера национальных проектов...»²⁶; «Федеральный проект “Профессионалитет”. В рамках проекта в 2024 году было подписано партнерское соглашение о создании и развитии образовательно-производственного центра “Лесная промышленность” в Вологодской области»²⁷.

Нередко риторикой социальной ответственности вуалируются расходы на улучшение ресурсной обеспеченности компаний, повышение лояльности местного сообщества, снижение издержек взаимодействия с местными и региональными властями, продвижение собственной продукции. Под данной «вывеской» компании, например, решают собственные проблемы с кадрами: «В Компании работает более 15 тыс. сотрудников... Для снижения риска дефицита квалифицированного персонала Компания сотрудничает с ведущими высшими учебными заведениями страны, привлекает молодых специалистов. Компания на регулярной основе отслеживает рынок труда и заработной платы, старается обеспечить для персонала конкурентный уровень оплаты труда»²⁸; «Предприятия лесопромышленного комплекса все чаще сталкиваются с кадровыми проблемами... В рамках проекта “Уральская инженерная школа” с верхнесинячихинской средней общеобразовательной школой № 2 было заключено соглашение о взаимодействии в целях улучшения условий реализации образовательных программ естественно-научного цикла и профориентационной работы»²⁹.

Подобные расходы частично являются инвестициями в специфические активы, хотя и достаточно рискованными. При этом не только инвестиции в человеческий капитал, но и отдельные аспекты производственной деятельности могут быть представлены компаниями как проявление ответственности перед регионами присутствия. Так, «Сегежа Групп» в перечне мероприятий по созданию комфортной среды обитания выделяет поставки доступных коммунальных услуг (теплоэнергии) для местных жителей регионов присутствия в Сегеже, Соколе, Кирове, Лесосибирске, Онеге (приведены расходы компании от 737,6 млн руб. в 2016 г. до 1367 млн руб. в 2024 г.). Однако вряд ли это можно однозначно оценивать как проявление социальной ответственности. Данные о том, на что конкретно компания тратит почти полтора миллиарда рублей в год, отсутствуют. Но есть, например, открытое акционерное общество «Онега-Энергия» (создано в 2005 г., входит в структуру «Сегежа Групп»), основным видом деятельности которого является производство, передача и распределение тепловой энергии³⁰. Это не единственный пример того, как компании «натягивают» на свою деятельность «вуаль» ответственного поведения. Не

²³ Сайт ПАО «Сегежа Групп». <https://segezha-group.com/sustainable-development/esg-strategy/> (дата обращения: 10.10.2025)

²⁴ Свежа. Отчет об устойчивом развитии, 2020, с. 99. <https://sveza.ru/documents/ustoychivoe-razvitie/otchety-po-ustoychivomu-gazvitiyu/> (дата обращения: 10.10.2025)

²⁵ Свежа. Отчет об устойчивом развитии, 2022, указ. соч., с. 61.

²⁶ Свежа. Отчет об устойчивом развитии, 2023, с. 20. <https://sveza.ru/documents/ustoychivoe-razvitie/otchety-po-ustoychivomu-gazvitiyu/> (дата обращения: 10.10.2025)

²⁷ Годовой отчет ПАО «Сегежа Групп», 2024, указ. соч., с. 181.

²⁸ Годовой отчет АО «Группа «Илим», 2024. <https://www.ilimgroup.ru/aktsioneram/taskrytie-informatsii/godovji-otchet/> (дата обращения: 15.06.2025)

²⁹ Свежа. Отчет об устойчивом развитии, 2020, указ. соч., с. 37.

³⁰ «В 2006 г. для обеспечения г. Онега теплом была построена отопительная котельная, работающая на отходах лесопиления, мощностью 43 МВт... В 2019 г. была построена самая крупная на северо-западе России котельная, работающая на кордревесных отходах вместо невозобновляемых ископаемых источников. Котельная будет обеспечивать потребности Онежского ЛДК и населения Онеги в тепловой энергии. Использование кордревесных отходов в качестве сырья и снижение потребления дизельного топлива в перспективе значительно улучшат экологические показатели предприятия, а также увеличат общую мощность ОАО «Онега-Энергия» на 30%». https://segezha-group.com/about/factory/onega_energiya/ (дата обращения: 10.10.2025)

менее интересным является представление строительства лесных дорог (фактически – создания производственной инфраструктуры) в качестве мер поддержки местного сообщества: «некоторые участки лесовозных дорог одновременно выполняют функции противопожарной инфраструктуры»³¹.

Группа компаний «Свеза» в качестве примера позитивного экономического воздействия на регионы присутствия представляет использование древесного сырья местных поставщиков: «Древесное сырье на предприятия «Свезы» поставляют более 700 организаций. Подавляющее большинство поставщиков (более 90%) относится к предприятиям малого и среднего бизнеса. При этом компания старается отдавать приоритет местным производителям, которые базируются в непосредственной близости от каждого конкретного фанерного комбината, что также сокращает затраты на логистику. Заказы «Свезы» не только обеспечивают загрузку для местных поставщиков, но и дают им возможности для развития»³². «Сегежа Групп» включается в реализацию проекта «Синергия роста» Вологодской области по развитию кооперационных связей предприятий региона: «Система взаимодействия направлена на импортозамещение и обеспечение крупных предприятий продукцией малого и среднего бизнеса на основе договоров, заключенных на длительные сроки. В рамках проекта будут выявляться трудности, возникающие в процессе переговоров представителей крупного бизнеса и МСП, проводиться консультации, совместные рабочие встречи для содействия партнерству»³³.

Данные примеры следует интерпретировать как положительные внешние эффекты деятельности компании (в формах более устойчивого и финансово доступного теплоснабжения, улучшения транспортной доступности, развития малого и среднего бизнеса), но не как «дополнительные, сверх нормативных требований» затраты, свидетельствующие о социальной ответственности. Согласно М. Фридену, это пример подстраивания бизнеса под нормативные требования, фактически «граничащего с мошенничеством»³⁴. В современной трактовке это – импакт-вошинг (*impact washing*), т.е. своеобразный маркетинговый ход по созданию ложного впечатления о вкладе компании в социальное развитие, о ее социальной миссии и следовании принципам устойчивого развития. С точки зрения институциональной экономики это – проявление оппортунистического поведения, т.е. введение в заблуждение в целях извлечения односторонней выгоды. Такая выгода может заключаться в создании имиджа ответственной компании, увеличении ее стоимости, привлечении инвесторов, обеспечении лояльности населения и благосклонности органов власти.

Таким образом, анализ отчетности крупнейших компаний лесной промышленности показывает, во-первых, то, что компании действуют по традиционным направлениям поддержки регионов присутствия. Но при этом меняется «подача» соответствующих мероприятий. Во-вторых, внедряемые стандарты отчетности делают информацию более формализованной и стандартной. Однако это позволяет «упаковать» разные меры в программы социальной ответственности, по сути, таковыми не являющиеся.

Заключение

Компании лесной промышленности включены в жизнь муниципальных образований, где расположены их предприятия. Это обусловлено рядом отраслевых, территориальных и политико-экономических особенностей бизнеса. На первый взгляд, данная включенность может характеризоваться как социальная ответственность бизнеса. Однако большая часть соответствующих практик компаний интерпретируется иначе. Во-первых, как инвестиции в собственные активы (человеческий капитал, производственную инфраструктуру). Часть этих инвестиций является достаточно рискованной и не обязательно окупается. Например, затраты на средние и высшие учебные заведения, осуществляющие подготовку специализированных кадров, могут не возмещаться, в случае если выпускники выберут других работодателей либо переедут в другие регионы. Во-вторых, как положительные внешние эффекты деятельности компаний для населения регионов присутствия. Но это никак не связано с базовым представлением о социальной ответственности как о добровольных действиях сверх нормативных требований.

³¹ Годовой отчет ПАО «Сегежа Групп», 2024, указ. соч. с. 180.

³² Свеза. Отчет об устойчивом развитии, 2019, с. 100. <https://sveza.ru/documents/ustoychivoe-razvitie/otchety-po-ustoychivomu-razvitiyu/> (дата обращения: 10.10.2025)

³³ «Сегежа Групп». Отчет об устойчивом развитии, 2018–2019, с. 152. <https://segezha-group.com/sustainable-development/annual-reports/> (дата обращения: 10.10.2025)

³⁴ Friedman, 1970, op. cit.

Повышение экономической активности, рост заработных плат на местном рынке труда, использование инфраструктуры, создаваемой компанией, – все это побочные эффекты прихода крупных компаний.

Отдельно следует отметить ту часть затрат, которая связана с интернализацией отрицательных внешних эффектов деятельности компаний, как текущих, так и накопленных. Сами компании обращают внимание, что их предприятия чаще всего являются градообразующими. Многие поселения формировались вокруг создаваемых предприятий, их социальные проблемы (не говоря уже об экологических) во многом производны от их деятельности. Соответственно, существует проблема возмещения компанией не только частных издержек (*private cost*), но и полных общественных издержек (*social cost*). С этих позиций социальная ответственность бизнеса есть самоорганизация для решения местных проблем, производства локальных общественных благ как одна из дискретных структурных альтернатив, имеющая сравнительные преимущества и недостатки. Специфика бизнеса компаний лесной промышленности, связанная с особенностями его размещения, обуславливает явное преобладание преимуществ такой самоорганизации, прежде всего, за счет более полной информированности о проблемах, требующих решения (меньшей информационной асимметрии). Однако эта самоорганизация оказывается недостаточной для полной интернализации отрицательных внешних эффектов, что обусловлено приоритетом коммерческих интересов компании.

Для более полной интернализации внешних эффектов определенное значение имеет давление на бизнес, внешние стимулы и контроль, создаваемые продвижением социальной ответственности. Компании оказываются под весьма серьезным давлением «ответственного производства» и «ответственного инвестирования», сертификации, ESG-рейтингов и различного рода ранжирований по достижениям социальной ответственности. С формированием инфраструктуры оценивания и консультирования бизнеса, соответствующих консалтинговых, сертификационных и рейтинговых агентств, центров в самих компаниях появляются подразделения по социальной ответственности / устойчивому развитию / ESG. Подход, при котором мерой оценки компаний становится приближение к неким «лучшим образцам», близок как корпоративной, так и государственной бюрократии, а также определенному типу НКО. Он предоставляет хорошие возможности для демонстрации «успехов» в отчетности и риторике. Но главное – позволяет имитировать деятельность по решению социально-экономических проблем территорий, часто создаваемых самими компаниями. Государственной бюрократии он удобен тем, что предоставляет возможности для демонстрации «достижений» во взаимодействии с бизнесом.

Литература / References

- Благов Ю.Е. (2004). Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление. *Российский журнал менеджмента* 2(3), 17–34. [Blagov, Yu. (2004). The concept of corporate social responsibility and strategic management. *Russian Management Journal* 2(3), 17–34 (in Russian)].
- Благов Ю.Е. (2024). ESG: трансформация интерпретаций. *Российский журнал менеджмента* 22(2), 289–301. [Blagov, Yu. (2024). ESG: Transformation of interpretations. *Russian Management Journal* 22(2), 289–301 (in Russian)]. DOI: 10.21638/spbu18.2024.206
- Благов Ю.Е., Литовченко С.Е., Иванова Е.А. (ред.) (2008). *Доклад о социальных инвестициях в России – 2008. Интеграция КСО в корпоративную стратегию*. М.: Ассоциация менеджеров. [Blagov, Yu., Litovchenko, S., Ivanova, E. (eds.) (2008). *Report on social investments in Russia 2008. Integrating CSR principles into corporate strategy*. Moscow: Association of Managers (in Russian)]. <https://publications.hse.ru/pubs/share/direct/807589150.pdf>
- Благов Ю.Е., Петрова-Савченко А.А. (2020). *Доклад о социальных инвестициях в России – 2019: к трансформации бизнеса в интересах устойчивого развития*. М.: Ассоциация менеджеров. [Blagov, Yu., Petrova-Savchenko, A. (2020). *Report on social investments in Russia – 2019: To business transformation for sustainable development*. Moscow: Association of Managers (in Russian)]. https://gsom.spbu.ru/images/A_BANNERS/doklad_o_social_nyh_investiciyah_v_rossii_-_2019.pdf
- Благов Ю.Е., Соболев И.С. (ред.) (2014). *Доклад о социальных инвестициях в России – 2014: к созданию ценности для бизнеса и общества*. СПб.: АТМ. [Blagov, Yu., Sobolev, I. (eds.) (2014).

- Report on social investments in Russia – 2014: Creating value for business and society*. St. Petersburg: ATM Kniga Publ. (in Russian)].
- Козина И.М. (2005). Особенности «социально ответственного бизнеса» российских предприятий. *Журнал исследований социальной политики* 3(3), 367–378. [Kozina, I. (2005). Peculiarities of “socially responsible business” in Russia. *The Journal of Social Policy Studies* 3(3), 367–378 (in Russian)].
- Курбатова М.В., Левин С.Н. (2005). Социальная ответственность российского бизнес. *ЭКО* (4), 58–71. [Kurbatova, M., Levin, S. (2005). Social responsibility of Russian business. *ECO* (4), 58–71 (in Russian)].
- Курбатова М.В., Левин С.Н., Апарина Н.Ф. (2005). Взаимодействия власти и бизнеса на муниципальном уровне: практики, сложившиеся в Кемеровской области. *Экономическая социология* 6(2), 50–68. [Kurbatova, M., Levin, S., Aparina, N. (2005). Interrelation of authorities and business on the municipal level: Practices in Kemerovskaya oblast. *Journal of Economic Sociology* 6(2), 50–68 (in Russian)].
- Лапина Н. (2006). Социальная ответственность бизнеса: какое будущее для России? *Мировая экономика и международные отношения* (6), 31–38. [Lapina, N. (2006). Social responsibility of business: What future for Russia? *World Economy and International Relations* (6), 31–38 (in Russian)]. DOI: 10.20542/0131-2227-2006-6-31-38
- Остром Э. (2010). Теория рационального выбора коллективного действия. Бихевиористский подход. Обращение президента американской политологической ассоциации, 1997 г. *Вопросы государственного и муниципального управления* (1), 5–52. [Ostrom, E. (2010). A behavioral approach to the rational choice theory of collective action. Presidential Address, American Political Science Association, 1977. *Public Administration Issues* (1), 5–52 (in Russian)].
- Полищук Л. (2009). Корпоративная социальная ответственность или государственное регулирование: анализ институционального выбора. *Вопросы экономики* (10), 4–22. [Polishchuk, L. (2009). Corporate social responsibility vs. government regulation: An analysis of institutional choice. *Voprosy Ekonomiki* (10), 4–22 (in Russian)]. DOI: 10.32609/0042-8736-2009-10-4-22
- Романова О.А., Ткаченко И.Н. (2001). Социальная ответственность корпораций: опыт территориального исследования. *Экономическая наука современной России* (2), 23–36. [Romanova, O., Tkachenko, I. (2001). Corporate social responsibility: The experience of territorial studies. *Economics of Contemporary Russia* (2), 23–36 (in Russian)].
- Сафрончук М.В. (2017). Социальная ответственность корпораций и общественное благосостояние (экономико-теоретический анализ). *Экономика и управление: проблемы, решения* 2(3), 46–55. [Safronchuk, M. (2017). Corporate social responsibility and public welfare (economic-theoretical analysis). *Economics and Management: Problems, Solutions* 2(3), 46–55 (in Russian)].
- Сидорина Т. (2007). Социальный капитал организации и социальная политика российского предприятия. *Журнал исследований социальной политики* 5(3), 319–334. [Sidorina, T. (2007). Social capital of organization and social policy of Russian enterprise. *The Journal of Social Policy Studies* 5(3), 319–334 (in Russian)].
- Соболева И. (2005). Социальная ответственность бизнеса: глобальный контекст и российские реалии. *Вопросы экономики* (10), 90–102. [Soboleva, I. (2005). Corporate social responsibility: Global context and Russian reality. *Voprosy Ekonomiki* (10), 90–102 (in Russian)]. DOI: 10.32609/0042-8736-2005-10-90-102
- Уильямсон О.И. (1996). *Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация*. СПб.: Лениздат. [Williamson, O. (1996). *Economic Institutions of Capitalism. Firms, Market, Relational Contracting*. St. Petersburg: Lenizdat Publ. (in Russian)].
- Фридман М. (2006). *Капитализм и свобода*. М.: Новое издательство. [Friedman, M. (2006). *Capitalism and Freedom*. Moscow: Novoe izdatelstvo Publ. (in Russian)].
- Чирикова А.Е., Ледаев В.Г. (2025). Власть в малом российском городе: контуры эмпирической модели. *Мир России* 34(2), 27–48. [Chirikova, A., Ledyayev, V. (2025). Power in a small Russian town: Contours of an Empirical Model. *Mir Rossii* 34(2), 27–48 (in Russian)]. DOI: 10.17323/1811-038X-2025-34-2-27-48

- Шашитко А.Е., Павлова Н.С. (2022). Коузианство против пигувианства: идеи, ценности, перспективы. *Вопросы экономики* (1), 23–46. [Shastitko, A., Pavlova, N. (2022). Pigouvian vs. Coasian approach: Ideas, values, perspectives. *Voprosy Ekonomiki* (1), 23–46 (in Russian)]. DOI: 10.32609/0042-8736-2022-1-23-46
- Якимец В.Н. (2005). Социальные инвестиции российского бизнеса: механизмы, примеры, проблемы, перспективы. *Труды Института системного анализа Российской академии наук* **18**, 1–182. [Yakimets, V. (2005). Social investments of Russian business: Mechanisms, examples, problems, prospects. *Proceedings of the Institute for Systems Analysis Russian Academy of Sciences* **18**, 1–182 (in Russian)].
- Beji, R., Yousfi, O. (2025). What drives strategic corporate social responsibility? *Journal of Economic Analysis* **4**(1), 83–106.
- Doh, J., Howton, S., Howton, S., Siegel, D. (2010). Does the market respond to an endorsement of social responsibility? The role of institutions, information, and legitimacy. *Journal of Management* **36**(6), 1461–1485.
- Freeman, R., Martin, K., Parmar, B. (2007). Stakeholder capitalism. *Journal of Business Ethics* **74**, 303–314. DOI: 10.1007/s10551-007-9517-y
- Ostrom, V. (1999). Polycentricity. Part 1. In: McGinnis, M. (ed.) *Polycentricity and Local Public Economies* (pp. 52–74). Ann Arbor: University of Michigan Press.