

МОДЕРНИЗАЦИЯ И ИННОВАЦИИ

УДК 338.24.01

JEL: A14, F52, P16

Экономический рост крупных инновационных промышленных структур на основе влияния института корпоративного гражданства**Н.В. Лясников**, д.э.н., профессор<https://orcid.org/0000-0003-2599-0947>; SPIN-код (РИНЦ): 8866-5490e-mail: acadra@yandex.ru**С.С. Серебренников**, д.э.н., профессор<https://orcid.org/0000-0001-6545-0449>; SPIN-код (РИНЦ): 1180-9672e-mail: serebrennikov-ss@ranepa.ru**С.С. Харитонов**, к.э.н., доцент<https://orcid.org/0009-0007-0285-8966>; SPIN-код (РИНЦ): 8448-2271e-mail: kharitonov-ss@ranepa.ru**Ю.В. Лясникова**, к.с.н., доцент<https://orcid.org/0009-0009-8718-6453>; SPIN-код (РИНЦ): 8305-6978e-mail: lyasnikova-yv@ranepa.ru**Для цитирования**

Лясников Н.В., Серебренников С.С., Харитонов С.С., Лясникова Ю.В. Экономический рост крупных инновационных промышленных структур на основе влияния института корпоративного гражданства // Проблемы рыночной экономики. – 2025. – № 3. – С. 114-127.

DOI: 10.33051/2500-2325-2025-3-114-127**Аннотация**

В статье исследуется влияние корпоративного гражданства на экономический рост крупных инновационных промышленных структур. **Методология** исследования включает сравнительный анализ практик корпоративного гражданства ведущих инновационных компаний, оценку их вклада в ключевые показатели. Также выявлены взаимосвязи между уровнем зрелости корпоративного гражданства и устойчивостью экономического роста структур. **Научная новизна** работы заключается в рассмотрении корпоративного гражданства как института, влияющего не только на репутацию, но и на экономическую результативность инновационных промышленных гигантов, с акцентом на специфику их роли как драйверов национальной инновационной системы и генераторов добавленной стоимости. Особое внимание уделяется анализу того, как социальная ответственность и учет интересов стейкхолдеров способствуют конкурентоспособности этих структур. **Научно-практическое** значение результатов исследования состоит в разработке обоснованных рекомендаций для руководителей компаний по интеграции принципов корпоративного гражданства в стратегию роста, для инвесторов – по оценке ESG-факторов (факторов экологии, социальной политики и корпоративного управления) при принятии решений, а также для государственных органов – по формированию стимулирующей политики в сфере социальной ответственности бизнеса. Результаты способствуют созданию более эффективной и устойчивой национальной экономической системы.

Ключевые слова: инновации, корпоративное гражданство, промышленные предприятия, крупные корпоративные структуры, корпоративная социальная

ответственность (КСО), экономический рост, стейкхолдеры, устойчивое развитие.

Статья подготовлена в рамках государственного задания и выполнения фундаментальных научных исследований ЦЭМИ РАН (тема № FMGF-2024-0019 «Моделирование сценариев сбалансированного пространственно-хозяйственного, научно-технического, транспортно-транзитного и инновационно-индустриального развития экономики России и стран Глобального Юга»).

Economic Growth of Large Innovative Industrial Structures Based on the Influence of the Institution of Corporate Citizenship

Nikolay V. Lyasnikov, Dr. of Sci. (Econ.), Professor
<https://orcid.org/0000-0003-2599-0947>; SPIN-code (RSCI): 8866-5490
e-mail: acadra@yandex.ru

Sergey S. Serebrennikov, Dr. of Sci. (Econ.), Professor
<https://orcid.org/0000-0001-6545-0449>; SPIN-code (RSCI): 1180-9672
e-mail: serebrennikov-ss@ranepa.ru

Sergey S. Kharitonov, Cand. of Sci. (Econ.), Associate Professor
<https://orcid.org/0009-0007-0285-8966>; SPIN-code (RSCI): 8448-2271
e-mail: kharitonov-ss@ranepa.ru

Yuliya V. Lyasnikova, Cand. of Sci. (Sociology), Associate Professor
<https://orcid.org/0009-0009-8718-6453>; SPIN-code (RSCI): 8305-6978
e-mail: lyasnikova-yv@ranepa.ru

For citation

Lyasnikov N.V., Serebrennikov S.S., Kharitonov S.S., Lyasnikova Yu.V. Economic Growth of Large Innovative Industrial Structures Based on the Influence of the Institution of Corporate Citizenship // Market economy problems. – 2025. – No. 3. – Pp. 114-127 (In Russian).

DOI: 10.33051/2500-2325-2025-3-114-127

Abstract

The article investigates the influence of the institution of corporate citizenship on the economic growth of large innovative industrial structures. **The research methodology** includes a comparative analysis of corporate citizenship practices among leading innovative companies, an assessment of their contribution to key macroeconomic indicators (such as GDP, innovation activity, employment), and the identification of relationships between the maturity level of corporate citizenship and the sustainability of economic growth. **The scientific novelty** lies in considering corporate citizenship as a systemic institution that affects not only reputation but also directly the economic performance of innovative industrial giants. Special emphasis is placed on their specific role as drivers of national innovation systems and value-added generators, as well as on analyzing how social responsibility and consideration of stakeholder interests contribute to their long-term competitiveness and sustainable development. **The scientific and practical significance** consists in developing recommendations: for company executives – on integrating corporate citizenship principles into growth strategies; for investors – on assessing ESG factors (including corporate citizenship) in decision-making; for public authorities – on shaping incentive policies in the field of corporate social responsibility. The results contribute to building a more efficient and sustainable national economic system.

Keywords: *innovations, corporate citizenship, industrial enterprises, large corporate structures, corporate social responsibility (CSR), economic growth, stakeholders, sustainable development.*

The article was prepared within the framework of the state assignment and the implementation of fundamental scientific research at the Central Research Institute of the Russian Academy of Sciences (topic No. FMGF-2024-0019 "Modeling scenarios for balanced spatial, economic, scientific, technical, transport, transit, and innovative industrial development of the economy of Russia and the countries of the Global South").

Введение

В условиях современной российской экономики крупные промышленные структуры играют ключевую роль в обеспечении экономического роста и развития. Они являются основными двигателями инноваций, создают рабочие места и вносят значительный вклад в ВВП страны. Однако успешное функционирование таких структур требует не только эффективного управления ресурсами и технологиями, но и учёта социальных и экологических аспектов их деятельности. Институт корпоративного гражданства становится важным инструментом для достижения устойчивого экономического роста крупных инновационных промышленных структур. Он предполагает активное участие компаний в жизни общества, учёт интересов всех заинтересованных сторон и соблюдение принципов социальной ответственности. Целью данной статьи является анализ влияния института корпоративного гражданства на экономический рост крупных инновационных промышленных структур. Рассматривая основные аспекты этого влияния, а также примеры успешного применения корпоративного гражданства в практике крупных инновационных компаний можно выработать действенные рекомендации по учету интересов стейкхолдеров.

Актуальность темы обусловлена необходимостью поиска новых подходов к управлению крупными промышленными структурами, которые позволят обеспечить их устойчивое развитие и долгосрочный экономический рост (Ogola, 2020). Результаты исследования могут быть полезны для руководителей компаний, инвесторов, государственных органов и других заинтересованных сторон, стремящихся к созданию более эффективной и устойчивой экономической системы.

Рабочая гипотеза исследования была сформулирована следующим образом: Институт корпоративного гражданства позитивно влияет на экономический рост крупных инновационных компаний, выступая фактором укрепления их репутации, повышения инновационной активности и расширения возможностей доступа к стратегическим ресурсам. Если задаться вопросом, почему такая довольно общая формулировка требует доказательств, то следует вспомнить противников как концепции социальной ответственности бизнеса, так и концепции более высокого порядка гражданского гражданства. Причем важной актуальной проблемой стала имитация практик корпоративной социальной ответственности (КСО), искажающих их сущность и являющихся латентным проявлением стремления к монополизму компании, противодействия корпоративному гражданству как значимому институту, призванному решить или хотя бы смягчить острые проблемы современности.

Конкретизируется рабочая гипотеза следующим образом:

- Реализация практик корпоративного гражданства способствует повышению устойчивости крупных инновационных компаний к рыночным рискам, что отражается на динамике их экономического роста.
- Инвестиции компаний в социальную и экологическую ответственность (как ключевые проявления корпоративного гражданства) стимулируют доверие со стороны инвесторов и партнеров, улучшая доступ к долгосрочному капиталу.
- Внедрение норм корпоративного гражданства положительно влияет на инновационную производительность компании за счет привлечения и удержания квалифицированного человеческого капитала.

- Эффективность института корпоративного гражданства в ускорении экономического роста зависит от институциональной среды (уровень регулирования, культура потребителей, развитость ESG-практик на рынке).

Основная логика гипотезы: институт корпоративного гражданства является не затратным, а инвестиционным механизмом, который опосредованно ускоряет экономический рост инновационных компаний через улучшение их рыночной позиции, инновационности и устойчивости.

Общая схема исследовательской модели проверки компонентов гипотезы представлена на рис. 1.

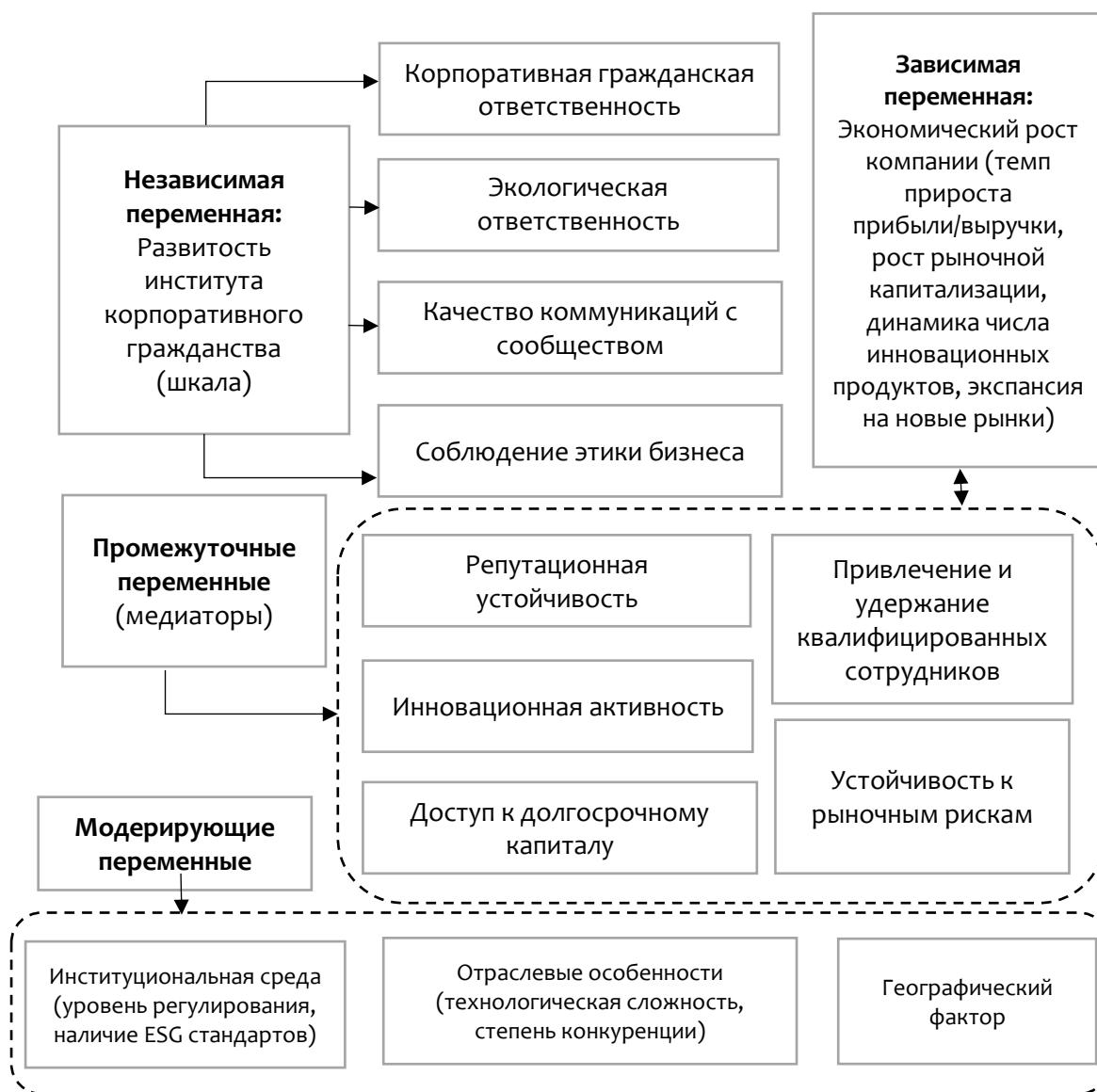


Рис. 1. Схема исследовательской модели Влияния корпоративного гражданства на экономический рост компании

Источник: составлено авторами.

Одной из главных исследовательских задач является отбор параметров и показателей, отражающих переменные в количественном и качественном выражении. Репутацию компании может охарактеризовать место в рейтинге, медийная цитируемость, индекс доверия. Для анализа корпоративной деятельности в исследовании используются следующие показатели: инновационная активность, которая оценивается по количеству патентов, объёму расходов на исследования и разработки (R&D), а также числу новых продуктов; характеристики персонала,

учитывающие текучесть кадров и индекс удовлетворенности сотрудников; показатели капитала, к которым относятся доля долгосрочного капитала и количество крупных инвесторов; а также устойчивость к рискам, измеряемая волатильностью финансовых показателей и способностью компании сохранять стабильность при внешних и внутренних шоках.

Исторические основы социальной ответственности бизнеса и сущность корпоративного гражданства

Начиная с истории вопроса, мы хотим определить, что процесс возникновения и понимания социальной ответственности бизнеса говорит нам о сущности корпоративного гражданства, каков фундамент и стимулы, на которых строились и развивались эти институты. Также необходимо определить, насколько далеко от корневых причин применения конкретных практик КСО отстоит концепция корпоративного гражданства, можно ли говорить о смещении экономических стимулов, о намечающемся доминировании гуманитарных оснований.

Аспект ответственности предпринимательства и корпораций перед обществом стал рассматриваться с научной и исследовательской точки зрения относительно недавно (примерно с середины XX века, когда в индустриально развитых странах корпоративные структуры стали демонстрировать опережающие темпы экономического роста по сравнению с иными формами хозяйствования (малыми и средними предпринимательскими формами, государственными предприятиями)). Более того, именно опережающие темпы экономического роста позволили крупным и корпоративным (в том числе промышленным) структурам обеспечить активное развитие трансграничной кооперации.

В частности, именно благодаря трансграничной кооперации стали формироваться географически и территориально распределенные цепочки создания стоимости (например, производство продукции осуществляется в принимающей стране, а маркетинг и логистика осуществляются в стране происхождения корпоративной структуры). Это позволило корпорациям (и вообще хозяйствующим субъектам) стимулировать снижение расходов (например, путем переноса производств в страны с дешевыми трудовыми ресурсами). Но было очевидно, что перенос производственного (или иного бизнес-процесса) в страны или регионы с дешевой рабочей силой, во-первых, дискриминирует положение трудящихся, а, во-вторых, создает корпоративным структурам сверхнормальную прибыль, которая изымается собственниками практически полностью, и при этом инвестиции из сверхприбыли, как правило, осуществляются не в принимающей стране, но в странах, имеющих высокотехнологичный потенциал развития.

Поэтому первоначально с социально-философской точки зрения основной фокус научных исследований был сосредоточен на ключевых моментах модернизации деловой (предпринимательской) этики, кроме этого, были предприняты попытки формирования неформальных институтов, регламентирующих не собственно ответственность, но взаимодействие корпоративных (в том числе промышленных) структур с обществом и сотрудником (наемным персоналом). В дальнейшем нормы и правила, определяющие взаимодействие наемного персонала и корпораций, были формализованы в рамках трудового законодательства, которое, как правило, играло роль в этичности ведения хозяйственной деятельности в стране происхождения корпоративной структуры либо в странах с высокотехнологичным потенциалом. В странах, где корпоративные структуры размещали производства (по причине низкой стоимости труда), нормы и правила взаимодействия корпораций с наемным персоналом декларировались, но не всегда соблюдались, что порождало социальные конфликты и не способствовало укреплению позиций института деловой (предпринимательской) этики.

В конце 50-х годов прошлого века появились социально ориентированные труды по экономической теории К. Боулдинга (Boulding, 1984, reprint 1959). В своих трудах К. Боулдинг коснулся одного из важнейших аспектов развития общества и экономического роста, взаимосвязанного с этим развитием, с позиции социальной справедливости в экономике. Несколько позже (в 70-80-х годах прошлого века) Дж. Ролз (Rawls, 1999, reprint 1959) разработает концепцию теории социальной справедливости, где будет затронут экономический, институциональный и общественный аспект взаимоотношений различных структурных акторов

(например, хозяйствующих субъектов и индивидов, которые могут являться потребителями, наемными работниками, инвесторами).

В трудах Боулдинга, а в последствии и основателей школы нового институционализма О. Уильямсона (*Williamson, 1964*), Д. Норта (*North, 1997*) было показано, что экономика – это не только рынок, на котором взаимодействуют с одной стороны производители, а с другой стороны потребители, регулярно формируя новый обменный баланс между предложением и спросом. Экономика – это еще и особая область созидательной деятельности человека, которая является неотъемлемой и неисключаемой частью из других видов деятельности, которые в отличие от экономики могут и не продуцировать финансовые или иные выгоды. Следует отметить, что ни Д. Норт, ни О. Уильямсон непосредственно к концепции корпоративного гражданства как формы социальной ответственности бизнеса не обращались. Но институционализм в экономике послужил основой для анализа институциональных условий формирования социально ответственного поведения бизнеса. Вопросы корпоративной социальной ответственности, социальной миссии корпораций и их взаимодействия с обществом рассматриваются в контексте качества институтов, доверия и экономического развития, взаимосвязи и взаимовлияния деятельности корпораций и социального контроля, а не как обособленная, абстрактная этически-философская модель.

Фундаментальный труд 1959 года Б. Селекмана (*Selekman, 1959*) положил основы подходов, касающихся моральных аспектов в управлении и предпринимательстве. Б. Селекман акцентировал внимание на том, что развитие экономики (экономический рост корпораций), порождая положительные общественные эффекты, тем не менее не устраняет (либо не стремится устранять) негативные эффекты. Поэтому функционирование корпораций должно быть подвержено социальному контролю, который может быть выражен:

1. степенью конкурентоспособности за счет неэкономических факторов (т.е. то, что мы сейчас именуем репутационным капиталом);
2. государственным регулированием взаимоотношений между экономикой и обществом (трудовое и предпринимательское либо корпоративное право);
3. добровольным саморегулированием со стороны предпринимателей и корпораций, что, в сущности, есть корпоративная социальная ответственность, трансформировавшаяся в институт корпоративного гражданства.

Особое значение имеет понимание условий, в которых возникает общественное явление, так как именно это позволяет глубже раскрыть его сущность и проследить пути эволюционного развития. К. Боулдинг и Б. Селекман показывали, что концепция социальной ответственности бизнеса, а впоследствии и института корпоративного гражданства начинает формироваться в специфический исторический период — 1920–1930-е годы. В этот временной отрезок одновременно произошло несколько ключевых процессов. Во-первых, в США и Западной Европе произошло замещение владельца-менеджера наемными управленцами, что способствовало осознанию важности социальных гарантий не только для менеджеров, но и для наемных работников. Во-вторых, традиционная парадигма экономической науки, основанная на трудах А. Смита, Д. Рикардо, оказалась недостаточной и требовала переосмысления. Социология также в это время отходила от представлений о естественном социальном устройстве, отвергая идею эволюционного господства богатых и неизбежного бедственного положения малоимущих. В связи с этим появилась насущная необходимость разрабатывать новые подходы и инструменты, которые позволили бы устранить противоречия между требованиями эффективности предпринимательства, корпоративной деятельности и этическими нормами, регламентирующими отношения с наемным персоналом и обществом в целом.

Не вдаваясь в подробности временных этапов развития КСО и территориальных особенностей, остановимся на корпоративном гражданстве как современной форме социальной ответственности бизнеса, направленной в первую очередь на внешних, а не внутренних стейкхолдеров. Одна из первых работ (*Altman, Vidaver-Cohen, 2000*), где корпоративное гражданство выделяется как самостоятельное направление, акцентируется на императивах действия субъектов бизнеса. Понимание корпоративной ответственности эволюционировало от узкого фокуса на получении прибыли к более широкому кругу обязанностей бизнеса, вплоть до

ценностей. КСО продолжает оставаться актуальной в академической литературе и, как ожидается, останется частью деловой практики.

Логика изменений такова, что что коммерческий императив для практик корпоративного гражданства не является единственным драйвером принятием решений, внедрение корпоративного гражданства фирмами как части корпоративной политики управления могут быть связаны с социально сознательными ценностями менеджеров организаций. Ученые, занимающиеся исследованиями в области институционального анализа, сравнительной политической экономии и корпоративного управления, продемонстрировали в своих работах, что когнитивные рамки, образ мышления, концепции контроля или мировоззрения корпоративных менеджеров являются важными детерминантами того, как менеджеры управляют своими фирмами (*Carroll, 2010*).

На институциональном уровне мощные социальные и политические силы побуждают организации брать на себя ответственность за местные сообщества и за решение проблем более высокого порядка. Дж. Л. Кэмпбелл (*Campbell, 2007*) предложил институциональную теорию корпоративной ответственности, в которой описал пять условий ее формирования. К ним относятся следующие элементы институционального каркаса:

1. государственное и частное регулирование;
2. наличие неправительственных и других независимых организаций, контролирующих корпоративное поведение;
3. институционализированные нормы корпоративного поведения;
4. согласованное поведение между самими корпорациями под влиянием бизнес-ассоциаций;
5. организованный диалог между корпорациями и их заинтересованными сторонами (*Campbell, 2007*).

В практике корпоративного гражданства можно выделить и другие стимулирующие факторы. К ним относятся: давление со стороны потребителей с определенными политическими и этическими взглядами; актуализация феномена этичного инвестора; необходимость удержания сотрудников, управление талантами; регуляторное давление, особенно в новых формах учета, например, экологического; давление со стороны общественных организаций; отраслевые кодексы поведения (*Ogola, 2020*).

Критика корпоративного гражданства: барьеры и ограничители развития

Именно противники институтов КСО и корпоративного гражданства дают нам многое для понимания актуальных проблем в этой области. Милтон Фридман в вопросе социальной ответственности бизнеса занимал отрицательную позицию (*Friedman, 1970*).

Вмешательство бизнеса в социальную политику, по мнению М. Фридмана, подрывает основы свободного рынка и грозит превращением бизнеса в инструмент политического или корпоративного лоббизма. М. Фридман считал, что социальная ответственность в корпоративной форме — это разновидность «налогообложения и перераспределения» частным лицом, у которого нет на это легитимных полномочий. Подобная практика ведёт к размыванию рыночных сигналов, снижению прозрачности и может превратить бизнес в инструмент недобросовестной конкуренции. Настоящая помощь обществу должна исходить от конкретных людей — акционеров, сотрудников, покупателей — по их инициативе, а не под прикрытием "добрых дел" менеджмента. М. Фридман делал оговорку, что бизнес может заниматься социально ответственными инициативами только если это приносит долгосрочную прибыль (*Smith, 2024*), например, улучшение отношений с общественностью, инвестиции в рабочую силу.

В научном дискурсе современными противниками подходов корпоративной социальной ответственности (КСО) и корпоративного гражданства выступают представители так называемой школы акционерного примата (*shareholder primacy*) и корпоративной минималистской теории. Эти авторы полагают (*Hanlon, Fleming, 2009*), что бизнес должен концентрироваться на максимизации прибыли для собственников, а включение социальных целей отвлекает и искажает корпоративные процессы, снижая эффективность и подотчетность. Существуют критические взгляды, по которым риторика КСО и корпоративного гражданства — не более чем инструмент легитимации власти корпораций, служащий их интересам, а не

интересам общества или внешних стейкхолдеров. Некоторые исследователи рассматривают КСО как способ корпоративного контроля и минимизации внешнего давления путём создания иллюзии социальной ответственности.

После масштабного кризиса 2008 года парадигма максимизации прибыли акционеров остается востребованной, она обеспечивает четкое и измеряемое корпоративное правило, по которому оценивается деятельность менеджмента. Многие предприятия по-прежнему ориентируются на рост прибыли как основной критерий успеха и устойчивости (*Banerjee, 2008*). У противников корпоративного гражданства в ходу установка, что увлечение КСО может быть способом отвлечь внимание от проблем, связанных с экологией, трудовыми отношениями или экономическими провалами.

Сильные потрясения в обществе и экономике обостряют дискуссию и поляризуют мнения по поводу корпоративного гражданства как в научной сфере, так и в бизнесе. Если обобщить разнонаправленные тенденции, вызываемые внешними шоками, можно говорить об усилении внимания к КСО и противоположных выводах, которые извлекают из случившегося. Так по итогам пандемии COVID-19 можно обобщить аргументацию сторонников и противников КСО.

Влияние пандемии на позиции противников КСО и корпоративного гражданства заключалось в следующем:

- *Усиление оправдания фокуса на прибыли.* Противники КСО указывали, что кризисные условия вынуждали бизнес сосредоточиться на выживании и краткосрочных прибылях, ограничивая ресурсы для социальных инициатив. Многие компании ориентировались исключительно на интересы акционеров или критически важных стейкхолдеров (например, сотрудников) ради сохранения экономической устойчивости, а расходы на традиционные КСО-программы сокращались (*García-Sánchez, 2022*);
- *Рост прагматизма.* Пандемия служила аргументом для отказа от избыточных социальных обязательств в пользу спасения бизнеса, поддержания рабочих мест и минимизации убытков, что укрепило позиции подхода максимизации прибыли (*García-Sánchez, 2022*).

Влияние пандемии на позиции сторонников КСО и корпоративного гражданства было еще более значительным и развивалось по нижеперечисленным направлениям:

- *Рост значимости и новый облик КСО.* Сторонники КСО подчеркивали, что пандемия стала "лакмусовой бумажкой" для корпоративной ответственности: бизнес массово включался в программы поддержки медицинских учреждений, сотрудников, клиентов и локальных сообществ, что воспринималось как проявление подлинного корпоративного гражданства и заботы о обществе (*Hongwei, Lloyd, 2020*);
- *Реализация стратегий "human-centered".* Компании пересматривали свои стратегии, интегрируя социальную ответственность в повседневную деятельность (удалённая работа, поддержка уязвимых групп, новые этические стандарты в отношении здоровья и безопасности) (*Singh, Pal Sharma, 2024*);
- *Возрастание роли устойчивого развития.* Фирмы стали активнее инвестировать в долгосрочные инициативы по устойчивости и благополучию сотрудников, поскольку COVID-19 выявил зависимость бизнеса от состояния общества и окружающей среды (*Lu, Li, Huang, 2024*).

Трудности количественного сравнения не позволяют определить общий эффект: становятся ли сильные социальные потрясения стимулом к интеграции социального измерения в бизнес-стратегии или лишь аргументом в пользу строгой ориентации на прибыль.

Корпоративное гражданство как элемент саморегуляции общества и бизнеса и снижения социальных издержек

Расхождения между производственными требованиями и этическими нормами порождают высокие социальные издержки, которые корпорации и прочие хозяйствующие субъекты перекладывают на общество и государство (*Maignan, Ferrell, Hult, 1999*). По существу, эти социальные издержки следует рассматривать с транзакционной точки зрения, т.е. как издержки, возникающие впоследствии асимметрии информации, ограниченной рациональности в принятии

решений и оппортунизма в поведении как предпринимателей и владельцев капитала, так и наемного персонала (общества в целом).

Учитывая, что саморегуляция – это наиболее эффективный способ снижения социальных издержек (*Maignan, Ferrell, Hult, 1999*), предпринимателям и кооперациям следует принять стандарты, обеспечивающие ценность их деятельности для общества. В сущности, принятие стандартов общественной ценности предпринимательской деятельности и деятельности корпораций следует рассматривать как фундаментальную основу концепции "корпоративная социальная ответственность" (*Rawls, 1999*). Эта концепция (концепция корпоративной социальной ответственности с точки зрения экономической теории ее неинституциональной парадигмы) рассматривается:

- в узком смысле как ответственное и легитимное поведение предпринимательства и корпоративных структур, что выражается в своевременной уплате налогов, выплате заработной платы и обязательных социальных взносов, соблюдение норм социального и международного законодательства, этическое поведение собственников по отношению к наемному персоналу и поддерживающим сообществам;
- в широком смысле как вклад (предпринимательский и корпоративный) в развитие общества и социально значимых сфер (наука, образование и здравоохранение). Этот вклад значительно шире, нежели те этические и моральные требования, а также законодательные нормы, регламентирующие ведение тех или иных видов экономической деятельности.

Трактовка корпоративной социальной ответственности во втором варианте стала теоретической платформой концепции и института корпоративного гражданства.

В период от конца 1960-х годов и до начала 1990-х годов, когда происходила трансформация управленческой парадигмы и парадигмы социальной ответственности, влияние корпоративного гражданства на экономические показатели деятельности корпораций практически не принималось во внимание. Но в начале 90-х годов прошлого века концепция корпоративного гражданства была преобразована в формальный институт, и уже в 1996 году в США была создана Гражданская премия Рона Брауна, которая вручалась в том числе за "доброе корпоративное гражданство" (*Carroll, 2010*). Две крупные промышленно-производственные корпоративные структуры IBM и Levi Strauss, получившие премию Рона Брауна по итогам 1997 года, уже в последующие пять лет демонстрировали устойчиво повышательный экономический рост, что было обусловлено высокой репутационной ценностью бизнес-моделей указанных корпоративных структур.

Основами роста репутации фирмы являются:

1. легитимности в ведении деятельности;
2. экономических выгод функционирования;
3. этичности корпоративного поведения;
4. благотворительных (филантропических) корпоративных вкладов в развитие общества.

Ценностная парадигма корпоративного гражданства представляет собой совокупность следующих установок (*Maignan, Ferrell, Hult, 1999*):

- три антецедента: культурную, гражданскую и корпоративную ориентацию;
- три выгоды: лояльность потребителей, эффективность операционной деятельности и отсутствие оппортунизма в поведении наемного персонала.

В целом российская наука именно в ценностной парадигме рассматривает корпоративное гражданство (*Перегудов, Семененко, 2008*). Но при этом упускается из виду, что корпоративное гражданство состоит из совокупности прав, которые предоставляются корпорациям государствами (и охраняются эти права только государством посредством установленных норм и правил, т.е. формальных институтов) (*Кенина, Грудина, Исаенко, 2022*). Именно поэтому весьма часто корпоративное гражданство выполняет политические функции, продвигая в общество и в экономику те нормы и правила, которые определяют сферу государственных интересов. Как следствие корпоративное гражданство следует рассматривать не только с экономически ценностной, но и институциональной точки зрения, поскольку реализация программы корпоративного гражданства в крупных инновационных промышленно-производственных или торгово-сервисных структурах (корпорациях) – это стратегические

инвестиции, обеспечивающие социокогнитивную интеграцию, что позволяет максимизировать экономические и прочие выгоды (в том числе сбалансировать экономический рост) корпорации на различных местных рынках, соблюдая при этом паритет интересов акционеров (собственников), прочих стейкхолдеров и поддерживающих сообществ.

Заключение

Итак, обобщая вышесказанное, стоит отметить, что концепция корпоративного гражданства была заложена еще в 60-х годах прошлого века. Сущность корпоративного гражданства состоит в том, что менеджмент (руководство предприятий) должно стремиться максимизировать доходы своей компании, но при этом хозяйствующие субъекты в организации и ведении своей деятельности должны соответствовать правилам и нормам общества.

И это соответствие должно отвечать не только формально закрепленным в законах правилам и нормам, но и неформальным общепризнанным этическим нормам (*Киварина, 2016*). Отсюда следует, что корпоративное гражданство – это особый институт со своими нормами и правилами, не противоречащими нормам и правилам, признаваемым в обществе, а, следовательно, такой институт действует на принципах социальной справедливости (*Rawls, 1999*). С точки зрения новой институциональной экономической теории корпоративное гражданство следует рассматривать как дополняющий институт, функционирование и развитие которого будет осуществляться в четырех ключевых измерениях: экономическом, правовом, этическом и гуманистическом.

Экономическое измерение функционирования и развития института корпоративного гражданства будет определяться совокупностью получаемых выгод от операционной (основной) и прочих видов деятельности, т.е. это измерение характеризует экономический рост бизнес-модели крупного промышленного предприятия, его качество и сбалансированность.

Правовое измерение определяется совокупностью формальных норм и правил (закрепленных в законодательных и подзаконных актах), регламентирующих взаимоотношения крупного промышленного предприятия (как корпоративного гражданина) с заинтересованными сторонами: собственниками и инвесторами; органами исполнительной и законодательной власти; поставщиками и контрагентами; потребителями.

Этическое измерение есть совокупность неформальных норм и правил, соответствующих моральным и нравственным общественным принципам в области организации и ведения предпринимательской деятельности (в том числе в промышленной отрасли). Среди таковых принципов стоит выделить добросовестную (честную) конкуренцию, экологическую безопасность производства, безвредную для потребителей продукцию, социальную ответственность крупного промышленного предприятия перед обществом (в целом) и поддерживающими его сообществами (в частности).

Гуманистическое измерение есть стремление крупного промышленного предприятия улучшить качество жизни своих сотрудников, поддерживающих предприятие сообществ через совершенствование своей системы управления и оптимизацию (модернизацию) бизнес-модели.

Иными словами, предприятие, максимизируя выгоды от основной деятельности, инвестирует их не только в экономический и социальный рост, обеспечивая тем самым (рис. 2.):

- корпоративную культуру, ориентированную на увеличение интеллектуального потенциала и человеческого капитала этого хозяйствующего субъекта;
- поведение фирм через прозрачность системы управления и открытость для диалога со своими сотрудниками, поддерживающими сообществами и прочими институтами в целях формирования репутационного капитала.

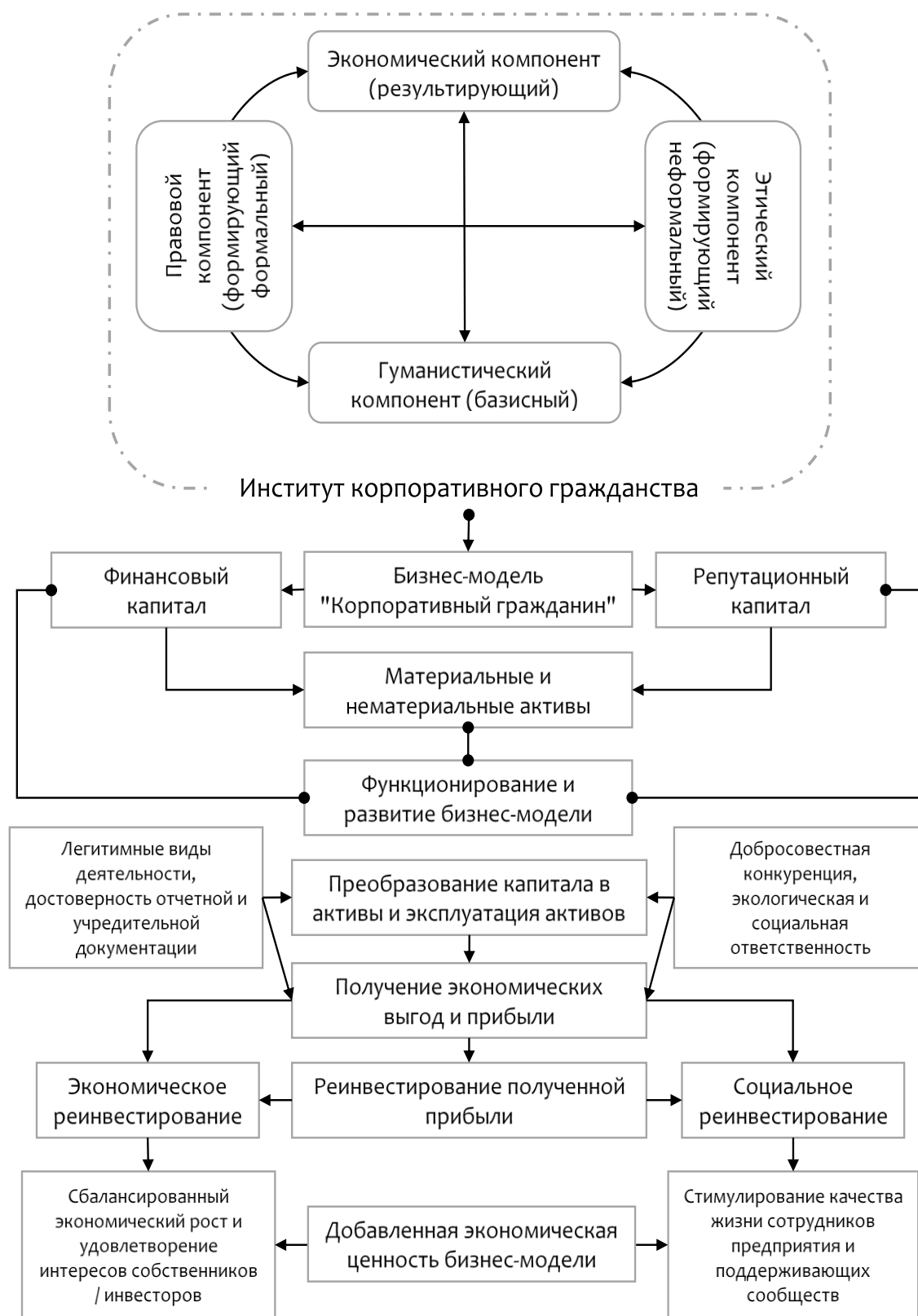


Рис. 2. Место и роль института корпоративного гражданства в системе управления крупным промышленным предприятием

Источник: составлено авторами.

Отсюда следует, что корпоративное гражданство – это конвергентный институт, с организационной точки зрения основывающийся на четырех стратегически значимых

компонентах управления, каждая из которых прямо или опосредованно влияет на сбалансированность экономического роста и обеспечивает добавленную экономическую ценность бизнес-модели "корпоративный гражданин". Таким образом, рассмотрев ключевые теоретические и эмпирические аспекты корпоративного гражданства, стоит подчеркнуть, что данный институт должен быть в первую очередь ориентирован на решение двух ключевых задач:

- социального контекста – полная ответственность предпринимательства и корпораций перед обществом и окружающей средой за результаты своей операционной деятельности (а также прочих видов деятельности);
- экономического контекста – обеспечение сбалансированного экономического роста предпринимательства и корпораций, который является источником получения необходимых ресурсов, инвестируемых не только в операционные виды деятельности хозяйствующего субъекта, но и в деятельность, связанную с общественным развитием.

К ключевым особенностям развития корпоративного гражданства в РФ относятся:

- доминирование крупных компаний в инициировании программ корпоративного гражданства;
- концентрация социальных инициатив в области поддержки образования, медицины, культуры и экологии;
- слабое развитие институтов гражданского общества, ограниченное общественных организаций;
- значительные региональные различия внедрения КСО и корпоративного гражданства (Перегудов, Семененко, 2008).

В РФ практики корпоративного гражданства существенно различаются в крупном и малом бизнесе. Крупный бизнес чаще реализует масштабные проекты, соответствующие международным стандартам: благотворительные программы, крупные инвестиции в инфраструктуру и образование, экологические инициативы, комплексная поддержка регионов присутствия. Это обусловлено ресурсным потенциалом и необходимостью поддерживать публичную репутацию как на внутреннем, так и на глобальном рынке. Крупные корпорации интегрируют корпоративное гражданство в стратегию устойчивого развития.

Малый бизнес, напротив, ограничен в ресурсах, а его практики корпоративного гражданства реализуются гораздо реже и преимущественно договорного, ситуативного характера. Социальные инициативы малого бизнеса чаще направлены на поддержку локальных сообществ или отдельных работников, а не на масштабные проекты; мотивация носит прежде всего прагматический характер — укрепление деловой репутации внутри локального сообщества, минимизация рисков. Часто малый бизнес воспринимает корпоративное гражданство как извлечение собственной выгоды либо как делегирование социальных обязательств, ввиду ограниченных средств и ресурсов.

Общими проблемами и для крупного, и для малого бизнеса остаются ориентированность корпоративного гражданства на «пиар-стратегию», а не на долгосрочную интеграцию с местными сообществами и обществом в целом.

Наступившая эпоха цифровой экономики предъявляет новые требования к организации и управлению деятельностью крупных промышленных структур, которые формируют ядро национальной экономической системы. Таким образом, сбалансированный экономический рост крупной промышленной структуры формируется за счет некоторого множества факторов и условий, но детерминирован, в том числе эффективностью и результативностью стратегического управления активами, капиталом и ресурсами, направляемыми на формирование института корпоративного гражданства, который с одной стороны обеспечивает интересы акционеров корпорации, а с другой стороны принимает во внимание интересы поддерживающих сообществ.

Литература

1. Altman, B. W., Vidaver-Cohen, D. (2000), "A framework for understanding corporate citizenship", *Business and Society Review*, 105(1), pp. 1–7.

2. Banerjee, S. B. (2008). "Corporate social responsibility: The good, the bad and the ugly", *Critical Sociology*, 34(1), pp. 51-79. URL: <https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/6095/8/criticalsociologyfinal.pdf> [Дата обращения 28.09.2024].
3. Boulding, K.E. (1984). *The organizational revolution: a study in the ethics of economic organization* (reprint 1959). Greenwood Press, 1984, 286 p.
4. Campbell, J. L. (2007), "Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility", *Academy of Management Review*, № 32(3), pp. 946–967. URL: <https://doi.org/10.5465/AMR.2007.25275684>.
5. Carroll, A. B., Shabana, K. M. (2010), "The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice", *International Journal of Management Reviews*, 12(1), pp. 85–105 URL: <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>.
6. Friedman, M. (1970), "The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits", *The New York Times Magazine*, September 13. URL: https://cedar.www.cmu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1006&context=mgmt_facpubs [Дата обращения 10.04.2025].
7. García-Sánchez, I.-M., García-Sánchez A. (2022), "Corporate Social Responsibility during COVID-19 Pandemic", *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, № 6(4), pp. 31-126. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9906689/> [Дата обращения 20.08.2024].
8. Hanlon, G., Fleming, P. (2009), "Updating the Critical Perspective on Corporate Social Responsibility", *Sociology Compass*, № 2/6, pp. 1-12. URL: <https://www.qmul.ac.uk/sbm/media/sbm/postgraduate/staff/papers-downloadable-/Updating-the-Critical-Perspective-on-Corporate-Social.pdf> [Дата обращения 20.08.2024].
9. Hongwei, H., Lloyd, H. (2020). "The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy", *Journal of Business Research, Elsevier*, vol. 116(C), pp. 176-182. URL: <https://ideas.repec.org/a/eee/jbrese/v116y2020icp176-182.html> [Дата обращения 27.08.2024].
10. Lu, J., Li, W., Huang, W. (2024), "Corporate social responsibility and stock resilience to COVID-19: A contract theory perspective", *International Review of Economics & Finance*, Volume 89, Part B, pp. 12-29. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1059056023003714> [Дата обращения 21.01.2025].
11. Maignan, I., Ferrell, O.C., Hult, G.T. (1999), "Corporate citizenship: Cultural antecedents and business benefits", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 27., № 4, pp. 455-469.
12. North, D.C. (1997), *The contribution of the new institutional economics to an understanding of the transition problem*, Helsinki: UNU/WIDER, 18 p. URL: <https://digitallibrary.un.org/record/245452> [Дата обращения 20.06.2019].
13. Ogola, F. O. (2020), "Mechanisms for development in corporate citizenship: a multi-level review", *Journal of Corporate Social Responsibility*, 5, Article 51, pp. 31-126 URL: <https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-020-00051-5> [Дата обращения 20.06.2024].
14. Rawls, J. (1999), *A Theory of Justice* (Revised Edition, 1st Edition published in 1971), Belknap Press: An Imprint of Harvard University Press, 1999, 560 p. [Теория справедливости].
15. Selekman, B. M. (1959) *A moral philosophy for management*, New York: McGraw-Hill, 219 p. [Моральная философия фирмы].
16. Singh, P., Pal Sharma, A. (2024), "Corporate social responsibility and COVID-19 pandemic: an analytical view of community attitude", *IIMT Journal of Management*, Vol. 1 (2), pp. 242–263. URL: <https://www.emerald.com/iimtm/article/1/2/242/1221262/Corporate-social-responsibility-and-COVID-19> [Дата обращения 01.07.2025].
17. Smith, D. C. (2024), *The Intellectual History of Milton Friedman's Criticism of Corporate Social Responsibility*, Cambridge University Press, 26 March 2024, 219 p. URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/modern-intellectual-history/article/intellectual-history-of-milton-friedmans-criticism-of-corporate-social-responsibility/C126A32BDDF35994207EA6141AAC7FA8> [Дата обращения 20.04.2024].
18. Williamson, O.E. (1964), *The economics of discretionary behavior: Managerial objectives in a theory of the firm*, Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 182 p.

19. Кенина, Д. С., Грудина, О. Н., Исаенко, А. П. (2022), “Эволюция подходов и современные теории корпоративной социальной ответственности”, Вестник Института дружбы народов Кавказа (Теория экономики и управления народным хозяйством). Экономические науки, № (61), с. 25-31. [“Evolution of approaches and modern theories of corporate social responsibility”].

20. Киварина, М. В. (2016). “Корпоративное гражданство: современный способ ведения бизнеса”, Российское предпринимательство, № 17(19), с. 2485-2494. [“Corporate Citizenship: A Modern Way of Doing Business”].

21. Перегудов, С. П., Семененко, И. С. (2008). Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии, Прогресс-Традиция, М.; 448 р. URL: <https://mgimo.ru/upload/iblock/1d8/1d88f56aa289af83562ec1c5b82b2ecb.pdf>mgimo [Дата обращения 25.05.2020]. [Corporate citizenship: concepts, global practice and Russian realities].

Об авторах

Лясников Николай Васильевич, доктор экономических наук, профессор, главный научный сотрудник Центрального экономико-математического института Российской академии наук (ЦЭМИ РАН); профессор кафедры Управления качеством Института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Москва.

Серебренников Сергей Сергеевич, доктор экономических наук, профессор, декан факультета Менеджмента и инноватики Института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), Москва.

Харитонов Сергей Сергеевич, кандидат экономических наук, доцент, заместитель декана факультета Менеджмента и инноватики Института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), Москва.

Лясникова Юлия Владимировна, кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры Управления качеством Института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Москва.

About authors

Nikolay V. Lyasnikov, Doctor of Sci. (Econ.), Professor, Principal Researcher, Central Economics and Mathematics Institute of the Russian Academy of Sciences (CEMI RAS); Professor at the Department of Quality Management at the Institute of Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow.

Sergey S. Serebrennikov, Doctor of Sci. (Econ.), Professor, Dean of the Faculty of Management and Innovation, Institute of Management, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Moscow.

Sergey S. Kharitonov, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Deputy Dean of the Faculty of Management and Innovation, Institute of Management, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Moscow.

Yuliya V. Lyasnikova, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Quality Management, Institute of Management, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow.