

УДК 338.2:316.334.2

DOI: 10.17072/2218-9173-2020-3-418-440

СОЦИАЛЬНОЕ ИНВЕСТИРОВАНИЕ КАК ЧАСТЬ GR-СТРАТЕГИИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

Ю. М. ПОДЕНЩИКОВА

Центр информационного развития Пермского края, г. Пермь, Россия

К. А. ПУНИНА

Пермский государственный национальный исследовательский университет,
г. Пермь, Россия

Для цитирования:

Поденщикова Ю. М., Пунина К. А. Социальное инвестирование как часть GR-стратегии российских компаний // Ars Administrandi (Искусство управления). 2020. Т. 12, № 3. С. 418–440. DOI: 10.17072/2218-9173-2020-3-418-440.

Введение: в современной России все больше крупных компаний занимают социально ответственную позицию и реализуют ее не только «внутри» организации, но и на территории присутствия. Что побуждает бизнес к участию в решении социальных проблем и насколько важную роль в этом процессе играют властные структуры?

Цель: выявление взаимосвязи между политикой социального инвестирования и GR-деятельностью российских компаний.

Методы: cross-case analysis и дискурс-анализ. В качестве кейсов для исследования были отобраны несколько крупных российских компаний, которые попали в так называемый «список Белоусова». Из их числа были выбраны те, что имеют собственные корпоративные фонды или социальные программы, а также представителей в региональных легислатурах. Выборку составили: ПАО «Северсталь», ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат» («ММК»), ООО «ЕвразХолдинг», ПАО «Горно-металлургическая компания «Норильский никель» («Норникель»), АО «Сибирская угольная энергетическая компания» («СУЭК»), АК «Алроса».

Результаты: социальное инвестирование в России связано с GR-деятельностью компаний. Во всех изученных кейсах существуют специальные структуры, в зону ответственности которых входит взаимодействие с властными структурами. В их же функционал включены вопросы корпоративной социальной ответственности и социальной политики. Компании имеют свои социальные программы, благотворительные фонды, подписанные соглашения с региональными властями, а также представителей в региональных легислатурах.

Выводы: политика социального инвестирования имеет эффект возврата, но не только в социальном или финансовом плане. При осуществлении социальной деятельности компании получают от власти ряд преференций, в то время как недостаточная активность бизнеса в социальной политике может повлечь за собой санкции со стороны властей.

Ключевые слова: социальное инвестирование; government relations; GR-стратегии; бизнес-структуры; корпоративная социальная ответственность; impact investing; социальная политика; корпоративная благотворительность

ВВЕДЕНИЕ

Практика показывает, что набор предоставляемых государством социальных услуг не обеспечивает всех потребностей населения, а сами механизмы такой помощи зачастую оказываются неэффективными. В этой связи воз-

никают инновационные механизмы решения социальных проблем. В статье исследуется институт социального инвестирования как инновационного механизма решения социальных проблем, включая то, каким образом власть и бизнес взаимодействуют в сфере социальной политики.

Помимо обязательств, закрепленных в законодательстве, существует социальная ответственность компаний, основанная на принципах прозрачного ведения бизнеса, уважительного отношения к деловым партнерам и другим стейкхолдерам, а также регулярного участия в решении актуальных социальных проблем. Тем самым компании берут на себя часть функций государства, осуществляя развитие территорий своего присутствия.

Реализуется социальная ответственность через политику социального инвестирования, которая представляет собой процесс реализации бизнесом пакета социальных инвестиций в интересах местного сообщества и основных групп своих стейкхолдеров. Под социальными инвестициями принято понимать разного рода ресурсы, в том числе материальные средства, которые компания извлекает преимущественно из чистой прибыли и направляет на исполнение социальных программ, разработанных с учетом потребностей внутренних и внешних заинтересованных сторон. При этом руководство компании предполагает, что в стратегическом отношении будет получен определенный экономический и социальный эффект.

Как известно, бизнес осуществляет деятельность, которая направлена на реализацию собственных интересов и извлечение прибыли. Сложившиеся отношения с властью существенно влияют на устойчивость компании в регионе. Налаживание таких отношений происходит в рамках GR-деятельности, представляющей собой работу по согласованию интересов, выстраиванию диалога и деловых связей бизнес-структур и органов власти. Такое «сотрудничество» дает определенные преимущества бизнесу, в числе которых доступ к льготам, предоставляемым индивидуально и на согласованных условиях, а также устойчивые позиции в конкурентной борьбе. При этом власть и бизнес являются весомыми участниками политического процесса, так как каждая из сторон обладает собственными ресурсами. Таким образом, исследовательский вопрос статьи можно сформулировать так: является ли социальное инвестирование в России частью GR-деятельности российских компаний?

МЕТОДОЛОГИЯ (ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ) ИССЛЕДОВАНИЯ

Теоретической основой исследования является комбинация неoinституционального подхода и теория групп интересов. Первый подход позволяет анализировать взаимодействие государственных и негосударственных организаций в рамках формальных и неформальных правил – институтов. Неoinституционализм может быть полезен при изучении мотивов бизнеса, которые находятся как в рамках формального взаимодействия, так в теневых политико-властных отношениях. Теория групп интересов позволяет изучать взаимодействие государства и бизнеса через взаимодействие групп интересов, давления и влияния (Bentley, 2017). Крупные компании имеют собственные мотивы, направленные на достижение экономической выгоды, обладают набором финансовых, информационных, социальных и других ресурсов,

которые оказываются значимыми при воздействии на власть. При этом представленность интересов бизнеса в органах власти и вовлеченность в принятие политических решений является одним из приоритетных направлений деятельности крупных компаний как групп интересов.

Возникновение *government relations* (GR) в России относят к постсоветскому периоду, когда произошло усложнение социальной и управленческой структуры, а решаемые бизнесом и гражданским обществом задачи требовали сотрудничества с органами государственной власти и управления. За основу в данном исследовании взята менеджериальная интерпретация GR-деятельности как элемента управления внешней по отношению к компании средой в рамках общего процесса стратегического управления (Виханский, 1998). Таким образом, GR-деятельность является частью политико-управленческой стратегии компании, рассматривается как процесс согласования интересов, выстраивания диалога и деловых отношений бизнес-структур и органов власти, способствующий созданию благоприятной деловой среды, позволяющий достигать компании практических результатов (O'Mahony, 2006). GR-деятельность направлена на создание выгодных для компании конкурентных условий во внешней среде, формирование и поддержку ее имиджа, снижение рисков и повышение прибыльности на основе организации системных взаимодействий с властью (Сморгунов и Тимофеева, 2012).

Как отмечает А. Богатуров, в Японии и США мнение бизнеса редко игнорируется и зачастую учитывается при принятии решений, в то время как в России складывается взаимное доверие между бизнесом и органами власти, но само российское общество не доверяет ни тем, ни другим (Богатуров, 2012, с. 87). В таких условиях власть занимает доминирующую позицию, порой не вполне учитывая мнения других политических акторов.

Иначе считают Н. Лапина и А. Чирикова, отмечая взаимозависимый характер отношений между властью и бизнесом в России. По их мнению, между деловым миром и властной элитой существуют тесные контакты («симбиотические отношения»). Это создает систему защиты близких к власти предпринимателей и помогает им выживать в непростой обстановке. Взаимодействие с властью дает определенные преимущества бизнесу, в числе которых доступ к льготам, предоставляемым индивидуально и на согласованных условиях, устойчивые позиции в конкурентной борьбе. В то же время стороны обладают собственными ресурсами: власть – административным (в ее структуру входят ведомства, осуществляющие надзор за деятельностью экономических субъектов, она имеет больше возможностей сотрудничества с правоохранительными и судебными органами), бизнес – финансовым и социальным (Лапина и Чирикова, 2000, с. 144–146).

Применительно к бизнесу и его общественной деятельности используют такие понятия, как «социальное инвестирование», «корпоративная социальная ответственность», «корпоративная благотворительность», «корпоративная филантропия» (Crane et al., 2008; Hartnell, 2018; McElroy, 2012; Кузина и Чернышева, 2015; Трошин и Морозова, 2012; Либоракина, 2001; Мордвинцев, 2010).

По мнению ряда исследователей (Перекрестов и др., 2011; Вотченко и Богдашев, 2018; Сморгунов и Тимофеева, 2012; Mele, 2008), концепт корпоратив-

ной социальной ответственности начинает складываться ближе к середине 80-х – началу 90-х годов XX века в странах Западной Европы и США как ответ на экономический кризис. Тогда как 1960-е и большая часть 1970-х годов были временем общественного недоверия к бизнесу. По данным исследования, проведенного корпорацией “Opinion Research” в 1972 году, около 60 % взрослого населения оценивали бизнес «очень низко», почти половина посвященных бизнесу материалов печатных СМИ описывали случаи незаконной деятельности, а две трети телевизионных передач представляли лидеров бизнеса жадными, глупыми или криминальными личностями (Катлип и др., 2003, с. 504). В этих условиях власть и общество начали предъявлять требования к бизнесу, который на тот момент почти не оказывал поддержку местному сообществу.

Очередной этап перераспределения финансирования образовательных, культурных, социальных программ от государства к корпорациям произошел в США в 1980-е годы при президентстве Р. Рейгана (Катлип и др., 2003, с. 507). Церковь, университеты и другие структуры гражданского общества подталкивали корпорации к более активному участию в социальной сфере (Ицкович, 2010), а последние в ответ стали активнее использовать практику установления связей с правительственными структурами как на федеральном, так и на местном уровнях. Появились совместные социальные программы по строительству и реконструкции дорог, поддержке школ, организации досуга молодежи, заботе о бездомных и т. п. (Сморгунов и Тимофеева, 2012).

Понятие «корпоративная социальная ответственность» зародилось в 1992 году на Конференции ООН по окружающей среде и развитию в Рио-де-Жанейро, известной как саммит Земли. Ряд транснациональных корпораций вошли в состав Всемирного совета предпринимателей по устойчивому развитию (World Business Council for Sustainable Development) и разработали программу саморегулирования. А уже к началу нового столетия большая часть крупных американских и европейских компаний сформировали свою политику корпоративной социальной ответственности (Шохин, 2011).

Позднее корпоративная социальная ответственность приобретает новую форму в виде корпоративного гражданства (Porter and Kramer, 2006; Elkington, 1994; Bhattacharya and Sen, 2004). Бизнес становится актором социальной политики, участвует в межсекторном партнерстве с целью достижения устойчивого развития. Компании не просто выделяют финансы для решения конкретных вопросов, а начинают выступать субъектом социальных инвестиций при активном взаимодействии со стейкхолдерами.

Важным основанием для социального инвестирования, позволяющим определять преференциальное направление социальной политики, является система государственного социального обеспечения государства. Российская история, в частности опыт централизованной плановой системы, повлияла на становление отношений между властью и бизнесом. Наследие прошлого проявилось в том, что государственная власть играет решающую роль при реализации социальной политики и определении ее направлений.

Социальное инвестирование и корпоративная социальная ответственность появились в России в результате отказа от плановой экономики. По мнению С. Перегудова и И. Семененко, переход российского бизнеса к социальному инвестированию сопровождался недовольством предприятий,

которые до приватизации начала 1990-х годов были носителями обязательных социальных функций. После приватизации такие предприятия столкнулись с серьезными экономическими проблемами, в силу которых стремились снять с себя «бремя» социальных функций (как выражаются авторы – «сброс социалки») периода плановой экономики. Однако со временем местные и особенно региональные власти стали использовать свои административные и другие ресурсы для побуждения бизнеса к социальной ответственности. Между тем бизнес и сам стал понимать необходимость помощи муниципалитетам в содержании объектов культуры, которые составляют досуг потенциальных или реальных сотрудников предприятий (Перегудов и Семененко, 2009, с. 58).

Крупнейшие российские компании сегодня выделяют на корпоративную социальную ответственность и корпоративную благотворительность в среднем 5–10 % чистой прибыли¹. Согласно исследованию 2016 года, проведенного агентством “Grayling”, в большинстве случаев социальная деятельность компаний продолжительное время реализовывалась традиционным путем, который эксперты называют «бюджетозамещающим» инвестированием². Они же при этом отмечают, что в России все чаще стали использоваться практики перспективной модели социальной ответственности. По мнению профессора Л. Саламона, в секторах благотворительности разворачивается настоящая революция социального инвестирования через появление новых инструментов и институтов, призванных мобилизовать частные ресурсы на поддержку социальных инициатив. И это не только выделение грантов и пожертвований через фонды и программы корпоративной социальной ответственности, но и новые инструменты социального инвестирования: кредиты, прямые инвестиции, беспроцентные займы, кредитные гарантии, социальные биржи, социальные облигации, инвестиционные фонды, социальное предпринимательство и т.д. (Саламон, 2016, с. 18). Вдохновляясь опытом социального инвестирования европейских и американских корпораций, российские бизнесмены, компании, некоммерческие организации и органы власти стали разрабатывать проекты социального партнерства.

Л. Сморгунов и Л. Тимофеева считают, что органы власти стимулируют бизнес участвовать в благотворительных программах, имея в своем распоряжении набор санкций. Вместе с тем различные формы благотворительной деятельности компаний, включая социальное инвестирование, могут возникать не только по причине давления со стороны властей, но и в результате договоренности с ними. Этот вариант возможен при сравнительно равных «силах» сторон и готовности к переговорам, например, в случае с градообразующими предприятиями. Результатом таких договоренностей может стать сотрудничество бизнеса и власти, что принесет компаниям заранее обусловленную выгоду в виде налоговых послаблений, государственных контрактов, участия в собственности и прибыли (Сморгунов и Тимофеева, 2012, с. 12). Таким обра-

¹ Hartnell C. Philanthropy in Russia: a working paper. 2018. P. 13 [Электронный ресурс]. URL: <https://globalfundcommunityfoundations.org/wp-content/uploads/2019/04/Philanthropy-in-Russia-January-2018.pdf> (дата обращения: 11.02.2020).

² Новая парадигма социальных инвестиций в Российской Федерации. М., 2016. С. 9 [Электронный ресурс]. URL: <https://csrjournal.com/wp-content/uploads/2016/10/Социальные-инвестиции-в-России.pdf> (дата обращения: 11.02.2020).

зом, взаимодействие с властью может быть рассмотрено как ценный актив для ведения бизнеса, а «социально ответственные» действия в ответ на запрос властей – инвестициями в этот актив.

Почти 80 % компаний из рейтинга «Лидеры корпоративной благотворительности» важной заинтересованной стороной при реализации компанией социального инвестирования называют представителей власти. В качестве пояснений указываются административный ресурс, способность решения проблем на законодательном уровне, а также масштабность деятельности, авторитет и широкие информационные возможности. А 31 % компаний объясняют корпоративную благотворительность причинами вынужденного характера, 29 % – экономического характера³.

Основываясь на открытых источниках, мы предприняли попытку рассмотреть институциональную сторону взаимодействия бизнеса и власти. Для анализа GR-деятельности компаний были разработаны следующие критерии:

- 1) наличие должности или отдела по связям с органами власти в структуре управления компании;
- 2) участие в принятии решений (представительство в легислатуре);
- 3) наличие соглашений по социально-экономическому развитию, государственно-частному партнерству (наличие инвестиционных контрактов);
- 4) упоминание важности социального инвестирования и выстраивания взаимоотношений компании и власти в риторике представителей федеральной и/или региональной власти, представителей компании.

Дополнительные критерии, которые косвенно могут указывать на связь социального инвестирования с GR-деятельностью компаний:

- 1) представители компаний состоят в комитетах легислатур, сфера деятельности которых отвечает стратегическим интересам бизнеса;
- 2) вопросы корпоративной социальной ответственности и благотворительности входят в полномочия GR-специалиста;
- 3) приоритетные регионы, куда направляется большая часть социальных инвестиций (по социальным отчетам), совпадают с регионами присутствия компаний;
- 4) стратегические приоритеты региональных властей в социально-экономическом развитии включают привлечение бизнеса к социальному инвестированию.

Стимулирование бизнеса к социальному инвестированию в России происходит в верхних эшелонах власти. На пленарном заседании Петербургского международного экономического форума в 2017 году президент России отметил, что поддержка бизнеса и инвестирование в развитие должны стать «главным инструментом в решении социальных проблем». Он также подчеркнул, что «источником дополнительных инвестиций должен стать именно частный капитал»⁴. На этом же заседании В. Путин обратился к руководству крупней-

³ Все о лидерах 2017: по материалам проекта «Лидеры корпоративной благотворительности – 2017» / Авт.-сост. А. Болдырева. М.: Форум Доноров, 2017. С. 9.

⁴ Владимир Путин обозначил основные направления развития России [Электронный ресурс] // Newsland. 2017. 4 июня. URL: <https://newsland.com/community/politic/content/vladimir-putin-oboznachil-osnovnye-napravleniia-razvitiia-rossii/5858791> (дата обращения: 25.02.2020).

ших отечественных компаний и призвал «активно использовать открывающиеся возможности. Нужно создать у себя подразделения, которые будут работать со стартапами и венчурными фондами, которые будут финансировать эти проекты. Я прошу, чтобы это не осталось просто пустой фразой, я прошу вас это сделать практически и как можно скорее»⁵. Он обозначил широкий спектр социальных вопросов, требующих вложений в ближайшие шесть лет.

В мае 2018 года В. Путин подписал указ⁶, в котором обозначены национальные цели развития страны на период до 2024 года. Правительству Российской Федерации поручалось разработать национальные проекты (программы) по направлениям. Реакцией на этот указ стало предложение помощника Президента Российской Федерации А. Белоусова изъять у компаний металлургической, горнодобывающей и химической отраслей часть их «сверхдоходов» (по словам А. Белоусова, это свыше 500 млрд руб.) и направить их на достижение национальных целей развития. В предложенный список вошли 14 предприятий. Как отмечают крупные информационные издания, предложение было раскритиковано самими компаниями, Российским союзом промышленников и предпринимателей и Правительством Российской Федерации⁷.

Из данного списка нами были отобраны компании, которые имеют корпоративные благотворительные фонды и/или социальные программы (показатель активности в социальной деятельности), а также представительство в региональных легислатурах (показатель стремления к взаимодействию с региональной властью).

В результате выборка данного исследования состоит из шести крупных российских компаний: ПАО «Северсталь», ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат» («ММК»), ООО «ЕвразХолдинг», ПАО «Горно-металлургическая компания «Норильский никель» («Норникель»), АО «Сибирская угольная энергетическая компания» («СУЭК»), АК «Алроса». Они активно проводят политику социального инвестирования, так как каждая из них имеет корпоративный благотворительный фонд и/или социальную программу, ежегодно получают высокие оценки по результатам исследования «Лидеры корпоративной благотворительности»⁸.

⁵ Владимир Путин принял участие в пленарном заседании Петербургского международного экономического форума [Электронный ресурс] // офиц. сайт Президента Рос. Федерации. 2017. 2 июня. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/54667> (дата обращения: 25.02.2020).

⁶ О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года [Электронный ресурс]: Указ Президента Рос. Федерации от 07.05.2018 № 204. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201805070038> (дата обращения: 24.02.2020).

⁷ Базанова Е., Трифонова П., Дербилова Е. Власти попросят крупные компании потратить 300 млрд рублей на указ Путина [Электронный ресурс] // Ведомости. 2018. 27 авг. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2018/08/27/779028-vlasti-poprosyat> (дата обращения: 21.10.2019).

⁸ Лидеры корпоративной благотворительности [Электронный ресурс] // сайт Форума Доноров. 2008–2020. URL: <https://www.donorsforum.ru/projects/lkb/> (дата обращения: 10.03.2020).

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Наличие должности или отдела по связям с органами власти в структуре управления компании

В каждой из указанных компаний имеется структура или должность по связям с органами власти. Чаще всего такой функционал выполняют заместитель генерального директора, вице-президент или советник генерального директора по взаимодействию с органами власти. Под их руководством могут находиться отделы, управления, директоры в регионах и т.д. Полезным для исследования будет рассмотреть направления работы и функции данных органов, так как нередкими являются случаи, когда в ведении структуры по взаимодействию с органами власти находятся полномочия по реализации корпоративной социальной ответственности и благотворительности (табл. 1).

Таблица 1 / Table 1

Отдел/должность по связям с органами власти / GR department/position

Компания	Наименование должности/отдела
Северсталь	– заместитель генерального директора по коммуникациям и взаимодействию с органами государственной власти – советник генерального директора дивизиона «Северсталь Российская сталь» по связям с государственными органами, общественностью и корпоративной социальной ответственности
ММК	– управление по связям с государственными органами
ЕвразХолдинг	– вице-президент по корпоративным коммуникациям (корпоративная социальная ответственность, взаимодействие с органами государственной власти и общественными организациями) – директор по связям с органами государственной власти (взаимодействие с федеральными, региональными и муниципальными органами власти; координация благотворительных и спонсорских проектов компании)
Норникель	– вице-президент по взаимодействию с органами власти и управления
СУЭК	– директор по отношениям с органами власти (директор по связям и коммуникациям). – отдел по взаимодействию с органами власти и управлению социальными проектами
Алроса	– вице-президент (взаимодействие с органами государственной власти и социальная политика компании) – управление социального развития и отдел регионального развития (под руководством вице-президента) – отдел по работе с органами государственной власти и связям с общественностью (под руководством вице-президента)

Источник: составлено авторами.

Так, например, должность советника генерального директора дивизиона «Северсталь Российская сталь» по связям с государственными органами, общественностью и корпоративной социальной ответственности включает в себя несколько направлений внешних коммуникаций. В ООО «ЕвразХолдинг» в функционал вице-президента по корпоративным коммуникациям и директора по связям с органами государственной власти входит координация благотворительных и спонсорских проектов; в АО «СУЭК» – отдел по взаимодействию с органами власти и управлению социальными проектами; в АК «Алроса» в полномочия вице-президента входит взаимодействие с органами государственной власти и социальная политика компании, также под его руководством находятся управление социального развития, отдел регионального развития и отдел по работе с органами государственной власти и связям с общественностью.

Таким образом, в четырех компаниях в полномочия GR-специалиста входит координация корпоративной социальной ответственности и благотворительности, что может указывать на связь политики социального инвестирования и GR-деятельности компаний.

2. Участие компаний в принятии решений (представительство в легислатуре)

Каждая из перечисленных компаний имеет своих представителей в региональных легислатурах. Однако есть определенные различия между ними по данному критерию. Среди предприятий присутствуют как те, которые имеют активы в нескольких регионах России (СУЭК – в 7, Северсталь – 5, Норникель – 4), так и те, которые являются «локомотивами экономики» одного или двух регионов (ММК и Алроса – 1, ЕвразХолдинг – 2). Компании, которые имеют активы в нескольких субъектах Российской Федерации, представлены в легислатурах лишь части из них, как правило, именно там, где предприятие является градообразующим или где расположены наиболее крупные его активы. На тех же основаниях выделяются приоритетные регионы для социальной деятельности компании: политика социального инвестирования проводится охотнее, если актив находится в моногороде, если в регионе расположен крупный актив компании или она является самым крупным предприятием региона (табл. 2).

Анализируя данные табл. 2, можно заключить, что в основном представители компаний являются членами стратегически значимых для своих работодателей комитетов, которые так или иначе влияют на регулирование институциональных условий деятельности предприятий. Чаще всего это комитеты по экономической политике; земельным отношениям, природным ресурсам и экологии; промышленной, инновационной политике и предпринимательству; бюджету и налогам.

Таблица 2 / Table 2

Представительство компаний в региональных парламентах / Company representation in regional legislatures

Компания	Региональная легислатура	ФИО и должность представителя	Комитет, в котором состоит представитель
Северсталь	Законодательное Собрание Вологодской области	1. Гусева Людмила Анатольевна, заместитель начальника управления коммуникаций АО «Северсталь Менеджмент», советник генерального директора дивизиона «Северсталь Российская сталь» по связям с государственными органами, общественностью и корпоративной социальной ответственности	Комитет по социальной политике
		2. Макаров Андрей Николаевич, начальник управления правового обеспечения деятельности дивизиона «Северсталь Российская сталь» на внутреннем рынке (АО «Северсталь-Менеджмент»)	Комитет по экологии и природопользованию
ММК	Законодательное Собрание Республики Карелия	1. Воробьев Максим Александрович, генеральный директор АО «Карельский окатыш», АО «Северсталь Менеджмент»	Комитет по экономической политике Комитет по природным ресурсам и экологии
	Законодательное Собрание Челябинской области	1. Дремов Владимир Владимирович, начальник управления информации, общественных связей и рекламы ПАО «ММК»	Комитет по информационной политике; комитет по экономической политике и предпринимательству
		2. Еремин Андрей Анатольевич, директор по экономике, член Правления ПАО «ММК», член Правления благотворительного фонда «Металлург»	Комитет по бюджету и налогам (заместитель председателя)
		3. Шеметова Марина Викторовна, глава медицинской комиссии благотворительного фонда «Металлург», член благотворительного фонда «Я – женщина» ПАО «ММК»	Комитет по социальной политике

Компания	Региональная легислатура	ФИО и должность представителя	Комитет, в котором состоит представитель
ЕвразХолдинг		4. Шепилов Сергей Викторович, главный юрист ПАО «ММК», директор ООО «ММК-ПРАВО»	Комитет по законодательству, государственному строительству и местному самоуправлению (заместитель председателя)
		5. Шилиев Павел Владимирович, генеральный директор ПАО «ММК»	Комитет по промышленной политике и транспорту (председатель)
		1. Баканьев Сергей Никифорович, директор по капитальному строительству ООО «Распадская угольная компания» (80 % акций принадлежит ООО «ЕвразХолдинг»)	Комитет по вопросам промышленной политики, жилищно-коммунального хозяйства и имущественных отношений
	Совет народных депутатов Кемеровской области	2. Денякин Андрей Анатольевич, директор по специальным вопросам дивизиона «Сибирь» ООО «ЕвразХолдинг»	Комитет по вопросам туризма, спорта и молодежной политики Комитет по вопросам промышленной политики, жилищно-коммунального хозяйства и имущественных отношений Комитет по вопросам бюджета, налоговой политики и финансов
		3. Юрьев Алексей Борисович, управляющий директор АО «ЕВРАЗ Объединенный Западно-Сибирский металлургический комбинат» (2011–2019 годы)	Комитет по вопросам промышленной политики, жилищно-коммунального хозяйства и имущественных отношений
		1. Кушнарев Алексей Владиславович, управляющий директор АО «ЕВРАЗ Нижнетагильский металлургический комбинат» 2. Радаев Владимир Григорьевич, председатель профсоюзного комитета АО «ЕВРАЗ Нижнетагильский металлургический комбинат»	Комитет по промышленной, инновационной политике и предпринимательству Комитет по социальной политике (заместитель председателя)

Компания	Региональная легислатура	ФИО и должность представителя	Комитет, в котором состоит представитель
Норникель	Законодательное Собрание Красноярского края	1. Демидов Владимир Петрович, директор Красноярского представительства ПАО «Норникель» (2010–2015 годы)	Комитет по промышленной политике, транспорту и связи (председатель) Комитет по образованию, культуре и спорту
		2. Дьяченко Алексей Михайлович, директор Красноярского представительства ПАО «Норникель»	Комитет по природным ресурсам и экологии; Комитет по делам Севера и коренных малочисленных народов
		3. Свиридов Дмитрий Викторович, заместитель директора Заполярного филиала ПАО «Норникель» по региональной политике и корпоративным проектам (до 2016 года), директор Красноярского представительства ПАО «Норникель» (2015–2016)	Председатель Законодательного Собрания Красноярского края
	Мурманская областная Дума	1. Иванов Максим Анатольевич, заместитель генерального директора АО «Кольская ГМК» по региональной политике и корпоративным проектам (до чернее предприятие ПАО «Норникель»)	Комитет по природопользованию, экологии, рыбохозяйственному и агропромышленному комплексу (заместитель председателя) Комитет по бюджету, финансам и налогам Комитет по экономической политике, энергетике и жилищно-коммунальному хозяйству Комитет по социальной политике и охране здоровья

Компания	Региональная легислатура	ФИО и должность представителя	Комитет, в котором состоит представитель
СУЭК	Совет народных депутатов Кемеровской области	1. Понизов Александр Владимирович, директор шахты им. С. М. Кирова АО «СУЭК-Кузбасс»	Комитет по вопросам промышленной политики, жилищно-коммунального хозяйства и имущественных отношений Комитет по вопросам аграрной политики, землепользования и экологии
	Законодательная Дума Хабаровского края	1. Добровольский Александр Иванович, исполнительный директор АО «Уралуголь» (актив АО «СУЭК»)	Комитет по вопросам строительства, жилищно-коммунального хозяйства и топливно-энергетического комплекса
	Законодательное Собрание Забайкальского края	1. Циношкин Георгий Михайлович, генеральный директор ОАО «Разрез «Харанорский» (актив АО «СУЭК»)	Комитет по государственной политике и местному самоуправлению
	Верховный Совет Республики Хакасия	1. Шаповаленко Геннадий Николаевич, директор разреза «Черногорский», ООО «СУЭК-ХАКАСИЯ»	Комитет по экологии, природопользованию
Алроса	Государственное собрание (ИЛ ТУМЭН) Республики Саха (Якутия)	1. Богданов Владимир Николаевич, инженер по диагностике авиационной техники АО «Авиакомпания АЛРОСА»	Комитет по строительству, жилищно-коммунальному хозяйству и энергетике
		2. Пискунов Олег Владимирович, генеральный директор ООО «Алмаз-Антарекс» (дочерняя компания АК «АЛРОСА»)	Комитет по экономической, инвестиционной и промышленной политике Комитет по государственному строительству и законодательству Комитет по земельным отношениям, природным ресурсам и экологии (заместитель председателя)

Источник: составлено авторами.

Кроме того, довольно часто компания имеет своего представителя в комитете по социальной политике. Так, от ПАО «Северсталь» в Законодательном Собрании Вологодской области представлен один депутат в комитете по социальной политике, который в компании имеет должность советника генерального директора дивизиона «Северсталь Российская сталь» по связям с государственными органами, общественностью и корпоративной социальной ответственности. От ПАО «ММК» в Законодательном Собрании Челябинской области в комитет по социальной политике входит представитель от благотворительных фондов «Металлург» и «Я – женщина». ООО «ЕвразХолдинг» имеет двух представителей: в Совете народных депутатов Кемеровской области в комитете по вопросам туризма, спорта и молодежной политике состоит директор по социальным вопросам дивизиона «Сибирь», а в Законодательном Собрании Свердловской области в комитете по социальной политике – председатель профсоюзного комитета компании. ПАО «Норникель» также имеет двух представителей: в Законодательном собрании Красноярского края членом комитета по образованию, культуре и спорту является экс-директор красноярского представительства компании, а в Мурманской областной Думе членом комитета по социальной политике и охране здоровья – заместитель генерального директора АО «Кольская ГМК» по региональной политике и корпоративным проектам. В комитетах, связанных с социальной политикой, от АО «СУЭК» и АК «Алроса» представителей нет.

Будучи представленными в региональных легислатурах, депутаты от компании продолжают реализацию социального инвестирования через взаимодействие с органами власти и участвуют в законотворческой деятельности, в том числе в социальной сфере. Интересным является тот факт, что указанные представители в социальных комитетах также осуществляют социальным инвестированием в компании, занимая соответствующие должности.

3. Наличие соглашений по социально-экономическому развитию, государственно-частному партнерству (наличие инвестиционных контрактов)

Каждая из рассмотренных компаний имеет соглашения с региональными органами государственной власти, однако такие соглашения есть далеко не во всех территориях присутствия. Соглашения реализуются исходя из стратегий социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, в которых отражены приоритетные направления взаимодействия с бизнесом. В стратегии каждого региона, где представлены изучаемые компании, среди основных приоритетов указаны взаимодействие с коммерческими организациями, реализация совместных проектов в рамках государственно-частного партнерства, привлечение частных инвестиций в сферу социальной политики и т. д.

Несмотря на то, что все регионы отмечают взаимодействие с бизнесом как важный элемент социально-экономического развития территории, подходы органов власти к такому взаимодействию имеют отличия. Так, например, одни регионы (Республика Карелия, Забайкальский и Красноярский края, Вологодская, Кемеровская, Челябинская области) отмечают необходимость

консолидации ресурсов бизнеса и власти и развитие государственно-частного партнерства, другие (Хабаровский край, Мурманская область) делают акцент на способах стимулирования бизнеса к участию в совместных проектах (как правило, речь идет о создании институциональных условий для привлечения бизнеса, совершенствовании налогового законодательства, развитии конкуренции в социальной сфере и т.д.). В Стратегии Республики Саха (Якутия) АК «Алроса» названа важным партнером, интересы которого нужно учитывать при реализации региональной политики.

Таким образом, стратегии социально-экономического развития регионов фиксируют стремление органов власти к взаимодействию с бизнесом, что находит отражение в соглашениях о партнерстве, различных инвестиционных контрактах, совместных проектах и т. д.

4. Упоминание важности социального инвестирования и выстраивания взаимоотношений компании и власти в риторике представителей федеральной и/или региональной власти, представителей компании

В табл. 3 представлены высказывания ряда представителей власти и бизнеса о важности социального инвестирования и взаимодействия друг с другом в различных источниках (средства массовой информации, официальные сайты органов власти и пр.).

Таблица 3 / Table 3

Публичная риторика представителей органов власти и бизнеса / Public rhetoric of government and business representatives

Представители власти / бизнеса	Публичная риторика
Представители власти	Олег Кувшинников, губернатор Вологодской области: «Власть слышит бизнес, бизнес слышит власть, потому что мы вместе реализуем огромное количество социальных проектов. Мы заинтересованы в развитии бизнеса, бизнес заинтересован, чтобы власть слышала и создавала условия для развития инвестиций. Диалог развивается по многим направлениям» ⁹ .
	Андрей Чибис, врио губернатора Мурманской области: «Норникель для нас партнер стратегический, мы плотно работаем. Очень хорошо, что сегодня мы подписываем соглашение, которое направлено в том числе и на увеличение инвестиций в нашу область, мы в свою очередь будем предоставлять все возможные преференции для этой компании, всячески помогать» ¹⁰ .

⁹ Предприниматели Вологодчины обратились к Губернатору с просьбой о продвижении и защите проекта «Настоящий вологодский продукт» [Электронный ресурс] // офиц. сайт Законодат. Собр. Вологод. обл. 2019. 21 марта. URL: https://www.vologdazso.ru/events/161825/?sphrase_id=683 (дата обращения: 11.03.2020).

¹⁰ «Норникель» и Мурманская область подписали допсоглашение к спецконтракту по модернизации Кольской ГМК [Электронный ресурс] // Ведомости. 2019. 9 апр. URL: https://www.vedomosti.ru/press_releases/2019/04/09/nornikel-i-murmanskaya-oblast-podpisali-dopolnitelnoe-soglasenie-k-spetskontraktu-po-modernizatsii-kolskoi-gmk (дата обращения: 14.03.2020).

Представители власти / бизнеса	Публичная риторика
	Валентин Коновалов, глава республики Хакасия: «В Хакасии РУСАЛ и СУЭК также владеют крупными предприятиями. Однако отношение к нашей территории и ее жителям – потребительское. И вы, и я – мы хорошо понимаем, какие рычаги есть у власти для воздействия на крупный бизнес. У сотен тысяч жителей Хакасии, как и у вас, тоже есть право на достойную жизнь. Вам лучше взять на себя реальную социальную нагрузку, платить больше налогов, и без конфликтов и сложностей – работать на благо в том числе и нашего региона»¹¹.
	Айсен Николаев, глава Республики Якутия: «АЛРОСА является локомотивом экономики республики <...> «люди дорожат алмазами». И все свои действия прошу сверять с этими словами». «Уверен, что компания сохранит свое значительное влияние на социальную жизнь Мирнинского района. Необходимо, чтобы у руководства республики, района и компании в этом вопросе была единая позиция». «Дальнейшее сотрудничество компании и правительства республики, которое продолжалось на протяжении многих лет, должно только крепнуть. Уверен, что мы будем и дальше активно взаимодействовать»¹².
	Людмила Магомедова, депутат Законодательного Собрания Красноярского края: «В проекте бюджета края предусмотрены средства на строительство новых школ, но, скорее всего, это будет не в Норильске. Поэтому у меня огромная просьба к руководству компании поучаствовать в этом строительстве, насколько это возможно, в перспективе 2017—2019 годов»¹³.
Представители бизнеса	Виктор Рашников, председатель Совета директоров ПАО «ММК»: «Мы рассматриваем проекты в сфере социальной ответственности как долгосрочные инвестиции, создающие основу для устойчивого развития компании и региона ее присутствия»¹⁴.

¹¹ Коновалов – олигархам: «Вам лучше взять на себя реальную социальную нагрузку и работать на благо Хакасии» [Электронный ресурс] // Инф. агентство «Хакасия». 2018. 7 нояб. URL: <http://www.19rus.info/index.php/vlast-i-politika/item/92574-kononov-oligarkham-vam-luchshe-vzyat-na-sebya-realnyu-sotsialnyu-nagruzku-i-rabotat-na-bлаго-khakasii> (дата обращения: 14.03.2020).

¹² Айсен Николаев: Я защищаю интересы многонационального народа Якутии [Электронный ресурс] // YSIA.RU. 2019. 23 апр. URL: <http://ysia.ru/ajsen-nikolaev-ya-zashchishhayu-interesy-vsego-mnogonatsionalnogo-naroda-yakutii/> (дата обращения: 14.03.2020).

¹³ Обязательства «Норникеля» исполняются [Электронный ресурс] // офиц. сайт Законодат. Собр. Краснояр. края. 2016. 27 окт. URL: <https://www.sobranie.info/newsinfo.php?UID=52901> (дата обращения: 11.03.2020).

¹⁴ Антышев А. Социальные инвестиции ММК за полгода превысили 1, 1 млрд рублей [Электронный ресурс] // Аргументы недели. 2018. 13 сент. URL: <https://argumenti.ru/economics/2018/09/585484> (дата обращения: 11.03.2020).

Представители власти / бизнеса	Публичная риторика
	Владимир Рашевский, генеральный директор ОА «СУЭК»: «В крае очень деятельное руководство, с которым мы работаем уже десятый год. Наши отношения взаимовыгодные и отличаются полным взаимопониманием сторон. И мы, конечно, будем развивать социальную инфраструктуру районов, где расположены предприятия компании»¹⁵. «Для нас важна благоприятная экономическая ситуация в Республике, социальная стабильность, безопасная работа и комфортная жизнь наших сотрудников. Это не только обеспечивает устойчивую работу наших предприятий, но и позволяет планировать развитие компании в долгосрочной перспективе»¹⁶.
	Владимир Потанин, президент ПАО «Норникель»: «Проекты, которые реализует «Норникель», важны не только для компании. Это важная точка совпадения наших интересов с интересами администрации регионов, и мы будем развивать сотрудничество в этом направлении»¹⁷.
	Елена Безденежных, вице-президент – статс-секретарь — руководитель блока взаимодействия с органами власти и управления ПАО «Норникель»: «Мы уже понимаем, какие инициативы нужно поддерживать. С помощью властей, естественно. Потому что именно они являются «застрельщиками» в данной области. Именно они подсказывают, какие спортивные, детские, социальные, экологические либо другие инициативы нужны на территории Забайкалья»¹⁸.
	Наталья Поппель, начальник управления корпоративной социальной ответственности ПАО «Северсталь»: «Есть классическое видение, что устойчивость собственного развития абсолютно связана с устойчивым развитием регионов присутствия и общества»¹⁹.

Источник: составлено авторами.

¹⁵ Бек Т. Правительство Хабаровского края окажет содействие развитию железнодорожной инфраструктуры в регионе [Электронный ресурс] // GUDOK.RU. 2018. 12 сент. URL: <https://www.gudok.ru/news/?ID=1434548> (дата обращения: 14.03.2020).

¹⁶ Республика Хакасия и ОАО «СУЭК» продолжают совместную работу по реализации важнейших социально-экономических проектов [Электронный ресурс] // сайт АО «СУЭК». 2014. 24 апр. URL: <http://www.suek.ru/media/Melnichenko-in-media/respublika-khakasiya-i-oao-suek-prodolzhayut-sovmestnuyu-rabotu-po-realizatsii-vazhneyshikh-sotsialno-ekonomicheskikh-proektov/> (дата обращения: 11.03.2020).

¹⁷ Обязательства «Норникеля» исполняются...

¹⁸ Елена Безденежных: «Забайкалье – регион с обширным ресурсным потенциалом и выходом на азиатские рынки» [Электронный ресурс] // КолаНьюс. 2018. 15 фев. URL: <http://kn51.ru/novosti/zabaykalskiy-kray/2018/2/15/elena-bezdenezhnyh-zabaykale-region-s-obshirnym-resursnym> (дата обращения: 11.03.2020).

¹⁹ Лепина М. Наследники: история корпоративной ответственности «Северстали» [Электронный ресурс] // Милосердие.ru. 2015. 22 мая. URL: <https://www.miloserdie.ru/article/nasledniki-istoriya-korporativnoj-otvetstvennosti-severstali/> (дата обращения: 11.03.2020).

Таким образом, риторика представителей власти и бизнеса лишь подтверждает, что социальное инвестирование бизнеса является важным элементом сотрудничества: социальная деятельность приносит ряд преференций (*«будем предоставлять все возможные преференции для этой компании, всячески помогать»*), а в случае недостаточно активного участия компаний возможны негативные санкции со стороны власти, о чем публично говорят довольно редко (*«рычаги есть у власти для воздействия на крупный бизнес», без «конфликтов и сложностей работать на благо региона»*).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Социальное инвестирование является современным механизмом решения социальных проблем и имеет непосредственное отношение к благотворительной деятельности компаний. Тем не менее социальные инвестиции носят более рациональный характер. Бизнес реализует проекты социального инвестирования с учетом основных стейкхолдеров и в стратегической перспективе получает эффект возврата для бизнеса в виде определенной системы защиты со стороны государства, доступа к льготам, устойчивых позиций в регионах присутствия и т.д. Бизнес-структуры рассматривают хорошие отношения с властью как ценный актив для ведения бизнеса, а «социально ответственные» действия становятся инвестициями в этот актив.

Особенностью российской модели социального инвестирования является весомая роль государства, так как плановое прошлое оказало влияние на понимание социальной функции бизнеса как данности, позволяющей восполнить дефицит финансирования соответствующих государственных программ. В настоящее время ситуация смещается в сторону взаимовыгодного сотрудничества, компании стремятся не заменить государство в решении социальных проблем, а дополнять его. В связи с этим 80 % крупных социально ориентированных российских компаний считают взаимодействие с властью одним из наиболее значимых приоритетов своей деятельности.

Каждая из рассмотренных в статье компаний имеет структуру или должность по связям с органами власти. В их полномочия входит координация корпоративной социальной ответственности и благотворительности, что может указывать на связь между политикой социального инвестирования и GR-деятельностью компаний.

В большинстве регионов присутствия компании ориентированы на проведение активной GR-деятельности, так как взаимодействие с региональной властью воспринимается бизнесом как необходимое условие для их стабильной деятельности и влияет на развитие в долгосрочной перспективе. Существует запрос и со стороны региональных властей к сотрудничеству с бизнесом в социальной сфере. Примечательно, что в стратегиях социально-экономического развития субъектов Российской Федерации в качестве основных приоритетов называются привлечение частных инвестиций в социальную сферу и реализация проектов в рамках государственно-частного партнерства.

На институциональном уровне взаимодействие региональной власти и бизнеса происходит через региональные легислатуры. Как правило, ком-

пания представлена в легислатурах тех регионов, где она является значимой, градообразующей или имеет весомый актив. Таким же образом определяются и приоритетные территории для социального инвестирования.

В общем данные из открытых источников, таких как биографии представителей компаний, публичные высказывания представителей власти и бизнеса, корпоративные документы и документы стратегического планирования регионов, позволяют проследить взаимосвязь между политикой социального инвестирования и GR-деятельностью российского бизнеса.

Библиографический список

Виханский О. С. Стратегическое управление. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Гардарики, 1998. 296 с.

Ицкович Г. Тройная спираль. Университеты – предприятия – государство: инновации в действии // Пер. с англ. под ред. А. Ф. Уварова. Томск: Изд-во Том. гос. ун-та систем упр. и радиоэлектроники, 2010. 237 с.

Катлин С. М., Сентер А. Х., Брум Г. М. Паблик рилейшнз: теория и практика. 8-е изд. / Пер. с англ.; под ред. Я. В. Заболотского. М.: Изд. дом «Вильямс», 2003. 624 с.

Кузина О. Е., Чернышева М. В. Корпоративная благотворительность и ответственность: обоснование понятий // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2015. № 4. С. 154–165. DOI: 10.14515/monitoring.2015.4.08.

Лапина Н. Ю., Чирикова А. Е. Стратегии региональных элит: экономика, модели власти, политический выбор. М.: ИНИОН РАН, 2000. 198 с.

Мордвинцев И. А. Теоретические подходы к исследованию социальных инвестиций в государственную молодежную политику // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. 2010. № 1. С. 76–81.

Перегудов С. П., Семененко И. С. Бизнес и государство в социальной сфере: конфронтация или партнерство? // Мировая экономика и международные отношения. 2009. № 6. С. 58–66.

Перекрестов Д. Г., Поварич И. П., Шабашев В. А. Корпоративная социальная ответственность: вопросы теории и практики. М.: Академия Естествознания, 2011. 215 с.

Саламон М. Л. Финансовый рычаг добра: новые горизонты благотворительности и социального инвестирования / Пер. с англ. С. Филина. М.: Альпина Паблишер, 2016. 171 с.

Социальное инвестирование в современных государствах / Под ред. Е. С. Вотченко, И. В. Богдасева. Краснодар: Кубан. гос. ун-т, 2018. 132 с.

Социально-ответственный бизнес: глобальные тенденции и опыт стран СНГ / Под ред. М. И. Либоракиной; пер. с англ. А. А. Лаптева. М.: Фонд «Ин-т экономики города», 2001. 72 с.

Трошин А. В., Морозова И. А. От благотворительности к социальному инвестированию: зарубежный опыт и российская действительность // Сове-

менные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2012. № 17. С. 304–310.

Шохин А. Н. Бизнес и власть в России: теория и практика взаимодействия / Науч. ред. и рук. авт. колл. А. Н. Шохин. М.: Изд-во НИУ ВШЭ, 2011. 352 с.

Экономическая политология. Отношения бизнеса с государством и обществом / Под общ. ред. А. Д. Богатурова. М.: Аспект-пресс, 2012. 240 с.

GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством / Отв. ред. Л. В. Сморгун, Л. Н. Тимофеева. М.: РОССПЭН, 2012. 406 с.

Bentley A. The process of government: A study of social pressures. 2nd ed. NY: Routledge, 2017. 534 p.

Bhattacharya C., Sen S. Doing better at doing good: When, why, and how, consumers respond to corporate social initiatives // California Management Review. 2004. Vol. 47, № 1. P. 9–25. DOI: 10.2307/41166284.

Crane A., Matten D., Spence L. J. Corporate social responsibility: In global context (the pre-publication version of Chapter 1) // Corporate social responsibility: Readings and cases in global context / Ed. by A. Crane, D. Matten, L. J. Spence. London: Routledge, 2008. P. 3–20.

Elkington J. Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development // California Management Review. 1994. Vol. 36, № 2. P. 90–100. DOI: 10.2307/41165746.

McElroy C. Corporate foundations in the mining industry: The relationship between responsible investment and social investment // Journal of Sustainable Finance & Investment. 2012. Vol. 2, № 3–4. P. 240–256. DOI: 10.1080/20430795.2012.742636.

Mele D. Corporate social responsibility theories // The Oxford handbook of corporate social responsibility / Ed. by A. Crane, D. Matten, A. McWilliams et al. NY: Oxford University Press, 2008. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199211593.003.0003.

O'Mahony B. Developing and sustaining an effective lobbying campaign. Montreal: World Federation of Hemophilia, 2006. 26 p.

Porter M., Kramer M. Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility // Harvard Business Review. 2006. Vol. 84, № 12. P. 78–92.

Информация об авторах

Поденщикова Юлия Михайловна – ведущий аналитик отдела модерации обращений в социальных сетях информационно-аналитического управления ГБУ «Центр информационного развития Пермского края», 614000, Россия, г. Пермь, ул. Монастырская, 14

ORCID: 0000-0002-4858-9171

ResearcherID: –

Электронный адрес: podenshikova.julya19@gmail.com

Пунина Ксения Александровна – к.полит.н., доцент, доцент кафедры политических наук ФГБОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет», 614990, Россия, г. Пермь, ул. Букирева, 15

ORCID: 0000-0002-4146-6398

ResearcherID: –

Электронный адрес: puninaka@psu.ru

Статья получена 24 марта 2020 года

UDC 338.2:316.334.2

DOI: 10.17072/2218-9173-2020-3-418-440

SOCIALLY RESPONSIBLE INVESTING AS A PART OF THE RUSSIAN COMPANIES GR-STRATEGY

Juliya M. Podenshikova

SBI of the Perm Region Perm Region Center for Information
Development, 14 Monastyrskaya str., Perm, 614000, Russia

ORCID: 0000-0002-4858-9171

ResearcherID: –

E-mail: podenshikova.julya19@gmail.com

Kseniya A. Punina

Perm State University, 15 Bukirev str., Perm, 614990, Russia

ORCID: 0000-0002-4146-6398

ResearcherID: –

E-mail: puninaka@psu.ru

For citation:

Podenshikova, Ju. M. and Punina, K. A. (2020), “Socially responsible investing as a part of the Russian companies GR-strategy”, *Ars Administrandi*, vol. 12, no. 3, pp. 418–440, doi: 10.17072/2218-9173-2020-3-418-440.

Introduction: in modern Russia more and more corporations endorse a social responsibility stand, utilizing it not only “within” the organization, but also for the society on the territory of their presence. What motivates businesses to participate in resolving social problems? Do power structures play an important role in this process?

Objectives: to identify the relationship between socially responsible investing and GR-activity of Russian companies.

Methods: cross-case analysis and discourse analysis. Several large Russian companies that were included in the so-called “Belousov list” were selected for study. Among these companies, we selected those that have their own corporate funds or social programs, as well as representatives in regional legislatures. The sample included Severstal, Magnitogorsk Iron and Steel Works, EVRAZ, Norilsk Nickel, SUEK and ALROSA.

Results: socially responsible investing in Russia is related to the GR-activity of companies. All the corporations studied have special departments responsible

for interaction with the authorities. Their functions also includes corporate social responsibility and social policy issues. Companies have their own social programs, charitable foundations, agreements signed with regional authorities, as well as representatives in regional legislatures.

Conclusions: socially responsible investing has a return effect; however, this is not only social or financial effect. Business receives a number of preferences from the government in exchange for its social activities, while insufficient business activity in social sphere may lead to sanctions from the authorities.

Keywords: socially responsible investing; government relations; GR-strategies; corporate social responsibility; impact investing; social policy; corporate charity

References

Vikhanskii, O. S. (1998), *Strategicheskoe upravlenie* [Strategic management], 2nd ed., Gardarika, Moscow, Russia.

Etzkowitz, H. (2010), *Troinaya spiral'. Universitety – predpriyatiya – gosudarstvo: innovatsii v deistvii* [The triple helix: University – industry – government innovation in action], translated by Uvarov, A. F. (ed.), Publishing House of TUSUR, Tomsk, Russia.

Cutlip, S. M., Center, A. H. and Broom, G. M. (2003), *Pablik rilejshnz: teoriya i praktika* [Effective public relations], translated by Zabolotskii, Ya. V. (ed.), Williams Publishing House, Moscow, Russia.

Kuzina, O. E. and Chernysheva, M. V. (2015), “Corporate charity: Foundation of notions”, *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, no. 4, pp. 154–165, doi: 10.14515/monitoring.2015.4.08.

Lapina, N. Yu. and Chirikova, A. E. (2000), *Strategii regional'nykh elit: ekonomika, modeli vlasti, politicheskii vybor* [Regional elite strategies: Economics, power models, political choice], INION RAN, Moscow, Russia.

Mordvintsev, I. A. (2010), “Theoretical approaches to investigation of social investment in the youth state policy”, *Journal of Volgograd State University. Economics*, no. 1, pp. 76–81.

Peregudov, S. P. and Semenenko, I. S. (2009), “Business and government in the social sphere: Confrontation or partnership?”, *World Economy and International Relations*, no. 6, pp. 58–66.

Perekrestov, D. G., Povarich, I. P. and Shabashev, V. A. (2011), *Korporativnaya social'naya otvetstvennost': voprosy teorii i praktiki* [Corporate social responsibility: Issues of theory and practice], Russian Academy of Natural History, Moscow, Russia.

Salamon, M. L. (2016), *Finansovyi ryuchag dobra: Novye gorizonty blagotvritel'nosti i social'nogo investirovaniya* [Leverage for good: An introduction to the new frontiers of philanthropy and social investment], translated by Filin, S., Alpina Publisher, Moscow, Russia.

Votchenko, E. S. and Bogashev, I. V. (eds.) (2018), *Sotsial'noe investirovanie v sovremennyykh gosudarstvakh* [Socially responsible investing in modern states], Publishing House of Kuban State University, Krasnodar, Russia.

Liborakina, M. I. (ed.) (2001), *Sotsial'no-otvetstvennyi biznes: global'nye tendencii i opyt stran SNG* [Socially responsible business: Global trends and experience

of the CIS countries], translated by Lapteva, A. A., Institute for Urban Economics (IUE), Moscow, Russia.

Troshin, A. V. and Morozova, I. A. (2012), "From charity to social investment: Foreign experience and Russian reality", *Sovremennye tendentsii v ekonomike i upravlenii: novyi vzglyad*, no. 17, pp. 304–310.

Shokhin, A. N. (ed.) (2011), *Biznes i vlast' v Rossii: teoriya i praktika vzaimodeistviya* [Business and government in Russia: Theory and practice of interaction], Publishing House of Higher School of Economics, Moscow, Russia.

Bogaturov, A. D. (ed.) (2012), *Ekonomicheskaya politologiya. Otnosheniya biznesa s gosudarstvom i obshchestvom* [Economic political science: Business relations with the state and society], Aspect Press, Moscow, Russia.

Smorgunov, L. V. and Timofeeva, L. N. (eds.) (2012), *GR-svyazi s gosudarstvom: teoriya, praktika i mekhanizmy vzaimodeistviya biznesa i grazhdanskogo obshchestva s gosudarstvom* [GR-communications with the state: Theory, practice and mechanisms of interaction between business, civil society and the state], ROSSPEN, Moscow, Russia.

Bentley, A. (2017), *The process of government: A study of social pressures*, 2nd ed., Routledge, NY, US.

Bhattacharya, C. B. and Sen, S. (2004), "Doing better at doing good: When, why, and how, consumers respond to corporate social initiatives", *California Management Review*, vol. 47, no. 1, pp. 9–25, doi:10.2307/41166284.

Crane, A., Matten, D. and Spence, L. J. (2008), "Corporate social responsibility: In global context" (the pre-publication version of Chapter 1), in Crane, A., Matten, D. and Spence, L. J., *Corporate social responsibility: Readings and cases in global context*, Routledge, London, UK, pp. 3–20.

Elkington, J. (1994), "Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development", *California Management Review*, vol. 36, no. 2, pp. 90–100, doi: 10.2307/41165746.

McElroy, C. (2012), "Corporate foundations in the mining industry: The relationship between responsible investment and social investment", *Journal of Sustainable Finance & Investment*, vol. 2, no. 3–4, pp. 240–256, doi: 10.1080/20430795.2012.742636.

Mele, D. (2008), "Corporate social responsibility theories", in Crane, A., Matten, D., McWilliams, A. et al. (eds.), *The Oxford handbook of corporate social responsibility*, Oxford University Press, NY, US, doi: 10.1093/oxfordhb/9780199211593.003.0003.

O'Mahony, B. (2006), *Developing and sustaining an effective lobbying campaign*, World Federation of Hemophilia, Montreal, Canada.

Porter, M. and Kramer, M. (2006), "Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility", *Harvard Business Review*, vol. 84, no. 12, pp. 78–92.

Received March 24, 2020