

УДК 005.35:502.12:338.2

DOI: 10.18799/26584956/2024/1/1714

Шифр специальности ВАК: 5.2.1

Воздействие корпоративной социальной ответственности на переход к зелёной экономике

М.А. Козлова✉

*Московский государственный институт международных отношений (университет)**МИД Российской Федерации, Россия, г. Москва*

✉michandy@mail.ru

Аннотация. *Актуальность* исследования определяется важностью перехода к зелёной экономике как на государственном уровне, так и на уровне отдельных фирм. **Цель:** изучить влияние корпоративной социальной ответственности на переход к зелёной экономике. **Методы исследования:** абстрактно-логический подход на основе системного анализа воздействия корпоративной социальной ответственности на переход к зелёной экономике в России и других странах. Также был рассмотрен ESG-рэнкинг и опыт внедрения корпоративных нефинансовых отчётов в российских компаниях, в том числе выделено количество экологических отчётов. Была проведена разбивка экологических отчётов по отраслям и изучено изменение их количества за последние годы. **Результаты:** к особенностям влияния корпоративной социальной ответственности на зелёную экономику можно отнести экономию природных ресурсов, внедрение принципов экодизайна и развитие экопотребностей у клиентов. По количеству экологических отчётов и более высокому ESG-рейтингу в России лидируют нефтегазовая отрасль, энергетика, банковская сфера, производство агрохимикатов, чёрная металлургия. **В выводах** даётся рекомендация о необходимости государственной поддержки фирм.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, зелёная экономика, влияние корпоративной социальной ответственности на переход к зелёной экономике, сокращение выбросов, переход к циркулярной экономике, нефинансовая отчётность, ESG-рэнкинг

Для цитирования: Козлова М.А. Воздействие корпоративной социальной ответственности на переход к зелёной экономике // Векторы благополучия: экономика и социум. – 2024. – Т. 52. – № 1. – С. 163–172. DOI: 10.18799/26584956/2024/1/1714

UDC 005.35:502.12:338.2

DOI: 10.18799/26584956/2024/1/1714

Impact of corporate social responsibility on transition to a green economy

M.A. Kozlova✉

*Moscow State Institute of International Relations (University) Ministry
of Foreign Affairs of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation*

✉michandy@mail.ru

Abstract. Relevance. Determined by the importance of transition to a green economy both at the state level and at the level of individual firms. **Aim.** To study the impact of corporate social responsibility on transition to a green economy. **Methods.** An abstract-logical approach was used based on a systematic analysis of the corporate social responsibility impact on transition to a green economy in Russia and in other countries. ESG-ranking and experience in introducing corporate non-financial reports, including the number of environmental reports in Russian companies were also analyzed. A breakdown of environmental reports by industry was carried out and the change in the number of these reports in recent years was studied. **Results.** The peculiarities of the impact of corporate social responsibility on the green economy include saving of natural resources, introduction of eco-design principles and development of eco-needs among customers. The Russian leaders publishing environmental reports and having a higher ESG rating include the oil and gas industry, energy, banks, production of agrochemicals, black metallurgy. **Conclusions.** The state support of the firms is recommend in introducing the principles of corporate social responsibility.

Keywords: corporate social responsibility, green economy, impact of social responsibility on transition to a green economy, emissions reduction, transition to a circular economy, non-financial reporting, ESG-ranking

For citation: Kozlova M.A. Impact of corporate social responsibility on transition to a green economy. *Journal of wellbeing technologies*, 2024, vol. 52, no. 1, pp. 163–172. DOI: 10.18799/26584956/2024/1/1714

Введение

В настоящее время переход к зелёной экономике является одним из важных приоритетов экономического развития. В соответствии с определением UNEP зеленая экономика – это экономика, которая повышает благосостояние людей и обеспечивает социальную справедливость, при этом существенно снижая риски для окружающей среды. Программа ООН по окружающей среде характеризует зелёную экономику как «низкоуглеродную, ресурсоэффективную и социально инклюзивную экономику» [1]. Важную роль в переходе к зелёной экономике играет государство, однако не менее важную роль должны играть также частные фирмы, в том числе за счёт внедрения практик корпоративной социальной ответственности.

Корпоративная социальная ответственность (КСО) – понятие, которое затрагивает многие аспекты деятельности [2]. Основоположителем данного понятия можно считать Г. Боуэна, который в 1953 г. в книге «Социальная ответственность бизнесмена» определяет КСО как политику, проведение которой желательно для целей и ценностей общества [3]. Как отмечает Е.В. Завьялова [4], в 1950–70-е гг. ряд учёных, в том числе Т. Левитт, М. Фридман, Р. Фримен, Дж. Гелбрейт, К. Девис, способствовали развитию этой концепции, отмечая, что фирмы, с одной стороны, отражают ценности, присущие обществу, с другой – и сами формируют эти цели.

В 1979 г. А. Керолл даёт следующее определение: корпоративная социальная ответственность отражает экономические, правовые и филантропические ожидания общества от компании [5]. К 1990-м гг. возникает «теория заинтересованных сторон», в соответствии с которой фирмы должны учитывать интересы стейкхолдеров, к числу которых относятся и акционеры, и инвесторы, и поставщики, и местное сообщество, и защитники окружающей среды, и общественные организации [6].

Вместе с тем в первых определениях не делается акцент на воздействии корпоративной социальной ответственности на переход к зелёной экономике, хотя сейчас именно этот аспект считается очень важным и значимым. К 1980-м гг. формируется понятие «корпоративной устойчивости» компании. Дж. Элкингтон отмечает, что компания должна нести ответственность по трём направлениям: экономическому, социальному и экологическому, где экологическое воздействие оказывается одним из основных [7].

В настоящее время ряд западных и российских авторов рассматривают вопросы о воздействии корпоративной социальной ответственности на переход к зелёной экономике [8–11].

Методология

Использовался абстрактно-логический подход на основе системного анализа воздействия корпоративной социальной ответственности на переход к зелёной экономике в России и в других странах.

Был проанализирован ESG-рэнкинг и опыт внедрения корпоративных нефинансовых отчётов в российских компаниях, в том числе выделено количество экологических отчётов. Была проведена разбивка экологических отчётов по отраслям и изучено изменение их количества за последние годы.

Также были рассмотрены примеры российских компаний, показывающие основные направления деятельности в области воздействия на переход к зелёной экономике.

Результаты

Рассмотрим, как внедрение корпоративной социальной ответственности может способствовать переходу к зелёной экономике. Как отмечают Д.В. Войко и А.В. Войко [12], уже на стадии внедрения системы корпоративной социальной ответственности необходимо учитывать ряд аспектов, связанных с устойчивым развитием.

Во-первых, организация может уделять большее внимание экономному использованию ресурсов. Этому также способствуют внедрение Интернета вещей и цифровизация производства.

Во-вторых, социально ответственные компании сокращают количество выбросов в окружающую среду.

В-третьих, компании внедряют принципы циркулярной экономики (экономики замкнутого цикла), направленной на повторное использование отходов и их переработку [13].

Циркулярная экономика предполагает применение принципов 4R:

- reuse (повторное использование);
- remanufacture (восстановление);
- recycle (переработка);
- reduce (сокращение потребления ресурсов).

В-четвёртых, особое внимание уделяется выбросу выхлопных газов в связи с необходимостью коллективно решать проблему с изменением климата.

В-пятых, важное значение имеет сохранение биоразнообразия. В соответствии с целями устойчивого развития природные ресурсы должны расходоваться с учётом интересов будущих поколений, при этом необходимо уделять внимание не только меньшему их применению, но и восстановлению и консервации (высаживание лесов, чередование сельскохозяйственных культур и т. д.).

В-шестых, при создании товаров нужно внедрять принципы экодизайна, чтобы на протяжении всего своего жизненного цикла экологический след от использования данных товаров был минимален. В этом случае необходимо проводить анализ, чтобы и при применении уже созданного товара, и при его утилизации экологические потери были бы минимальными.

В-седьмых, компании должны учитывать интересы потребителей, в том числе и экологически активных, заботящихся об окружающей среде. Более того, компании и сами могут способствовать развитию и образованию своих клиентов, прививая им актуальные и современные требования в сфере защиты окружающей среды [14]. В частности, о важной роли образования говорится в Зелёной книге ЕС.

В разных странах существуют разные особенности внедрения моделей корпоративной социальной ответственности [15]. Например, в американской модели большее внимание уделяется развитию человеческого потенциала, при этом к приоритетам компаний относится и защита окружающей среды, включающая в себя переход к возобновляемым источникам энер-

гии, применение экологически чистых продуктов и «зелёное движение». В японской модели важна роль государства, но очень важна степень ответственность компаний перед обществом, большое значение при этом придаётся и охране природного окружения. Для европейской модели происходит равноправное взаимодействие компаний со всеми заинтересованными сторонами, а для латиноамериканской модели характерна широкая осведомлённость общества о работе компаний через СМИ. Тем не менее защита окружающей среды является значимой составляющей моделей КСО во всех моделях.

Р. Орсато отмечает, что компании могут использовать следующие четыре модели внедрения стратегий, направленных на переход к зелёной экономике [16]. Первый тип стратегий – экоэффективность – предполагает низкую стоимость производства продукции и стремление к безотходности производства за счёт постоянного внедрения экоинноваций, сокращение выбросов, повторное использование и переработку. Примером может служить компания Toyota.

Вторая стратегия предполагает диверсификацию продукции и экологичное производство. Для этого фирмы могут применять систему управления окружающей средой. В качестве примера можно привести компанию Nestle, заботящуюся о безопасности и качестве продукции и о её диверсификации.

Третья стратегия – стратегия экологически низких издержек. В качестве примера можно привести компанию Ikea, которая снижает издержки за счёт более простого дизайна продукции и возможностей самосборки, что позволяет уменьшить размер упаковки и снизить издержки на логистику. Кроме того, данная компания использует экологически чистые материалы.

Четвёртая стратегия – эcobрендинг. Примером может служить компания Patagonia, сертифицирующая свою продукцию и известная применением в производстве выращенного в стране органический хлопка, а также переработанного пуха, шерсти и нейлона из отслужившей свой срок мебели, подушек и одеял.

Рассмотрим, как российские компании внедряют мероприятия, направленные на переход к зелёной экономике. К.А. Петухов отмечает, что к числу основных мероприятий относятся сокращение объёма выбросов загрязняющих веществ, сбережение ресурсов, восстановление окружающей среды от неблагоприятного воздействия, исследование экологических рисков при осуществлении масштабных проектов, техническое перевооружение на более экологичное оборудование [17]. Например, в Сбербанке осуществляются следующие меры. Во-первых, проводится ряд мероприятий, направленных на снижение потребления ресурсов (применение энергосберегающей оргтехники, электронного документооборота и электронного архивирования, бесконтактных смесителей и других мер по снижению потребления воды, использование энергосберегающих LED-светильников, электромобилей и гибридных автомобилей, вторичная переработка бумаги). Во-вторых, ведутся мероприятия по снижению количества отходов и по ответственному обращению с ними. Например, бумага передаётся на повторную обработку, а опасные отходы (картриджи, люминесцентные лампы, аккумуляторы и т.д.) сдаются на обезвреживание или на переработку. В-третьих, проводится пропаганда охраны окружающей среды. Одним из направлений здесь стала организация «Зелёного марафона», а также посадка деревьев. «Росатом» занимается созданием инфраструктуры для обращения с отходами I и II класса и ликвидацией объектов накопленного вреда. «Роснефть» проводит меры по минимизации воздействия на окружающую среду за счёт повышения эффективности процессов утилизации отходов, рекультивации земель, очистки сточных вод и выбросов, внедрения принципов «экономики замкнутого цикла», защиты и сохранения экосистем и биоразнообразия.

Для оценки успешности деятельности компаний в сфере достижения экологических и ESG-целей используются рейтинги компаний, который публикуют MSCI, Refinitiv, GDP, S-Ray,

Bloomberg. В России ESG-индексы составляют РБК и НКР, RAEX. Например, перечисленные выше мероприятия позволили Сбербанку стать первой в России компаний финансово-кредитного сектора, которой НРА присвоила максимальный рейтинг AA.esg, а рейтинговое агентство АК&М присвоило наивысший рейтинг его нефинансовой отчётности RESG1 [18].

На примере ESG-рэнкинга компании RAEX посмотрим, какие отрасли в России являются лидерами в данной области. Проранжируем рейтинги следующим образом: М (наихудший рейтинг) – 1 балл, С – 2 балла, СС – 3 балла, CCC – 4 балла, В – 5 баллов, ВВ – 6 баллов, ВВВ – 7 баллов, А – 8 баллов, АА – 9 баллов. Высший балл получили только четыре компании по состоянию на 01.12.2023: Сбербанк, «ФосАгро», группа «Татнефть» и «Полиметалл». Далее умножим рейтинг на число компаний определённой отрасли с таким рейтингом, а дальше сложим для отрасли показатели с различными рейтингами. Всего было оценено 160 компаний. Сводные коэффициенты по отраслям представлены в табл. 1 (показаны лидирующие 12 отраслей).

Таблица 1. Сводные показатели ESG-рэнкинга российских компаний по отраслям на основе рейтинга RAEX

Table 1. Summary indicators of the ESG-ranking of Russian companies by industry based on the RAEX rating

Отрасль Industry	Общее число компаний Total number of companies	Сводный коэффициент Summary coefficient
Банки/Banks	20	77
Интегрированные нефтегазовые компании Integrated oil and gas companies	14	66
Чёрная металлургия/Ferrous metallurgy	11	60
Агрохимикаты/Agrochemicals	9	43
Драгоценные металлы Precious metals	9	38
Электроэнергетика/Electric power industry	5	27
Розничная торговля продуктами питания Food retail	7	26
Угольная промышленность/Coal industry	7	26
Целлюлозно-бумажная промышленность Pulp and paper industry	6	25
Сельскохозяйственная продукция Agricultural products	6	24
Строительство/Construction	4	20
Беспроводные телекоммуникационные услуги Wireless telecommunications services	3	18

Источник: рассчитано автором на основе [19].

Source: calculated by the author based on [19].

Таким образом, по ESG-рэнкингу лидируют предприятия банковской сферы, интегрированные нефтегазовые компании, чёрная металлургия, производство агрохимикатов и драгоценных металлов. Также можно выделить лидирующие отрасли на основе анализа отчётов по экологии. Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП) регулярно публикует Национальный регистр корпоративных нефинансовых отчётов. По состоянию на 23 ноября 2023 г. в регистре, который ведётся с 2000 г., есть данные по 253 компаниям, представившим 1460 отчётов. В их число входят экологические отчёты (ЭО) – 111, социальные отчёты (СО) – 388, отчёты в области устойчивого развития (ОУР) – 572, интегрированные отчёты (ИО) – 389. Воздействие на переход к зелёной экономике в наибольшей степени отражают экологические отчёты, поэтому в табл. 2 указаны компании по отраслям, представившие экологические отчёты.

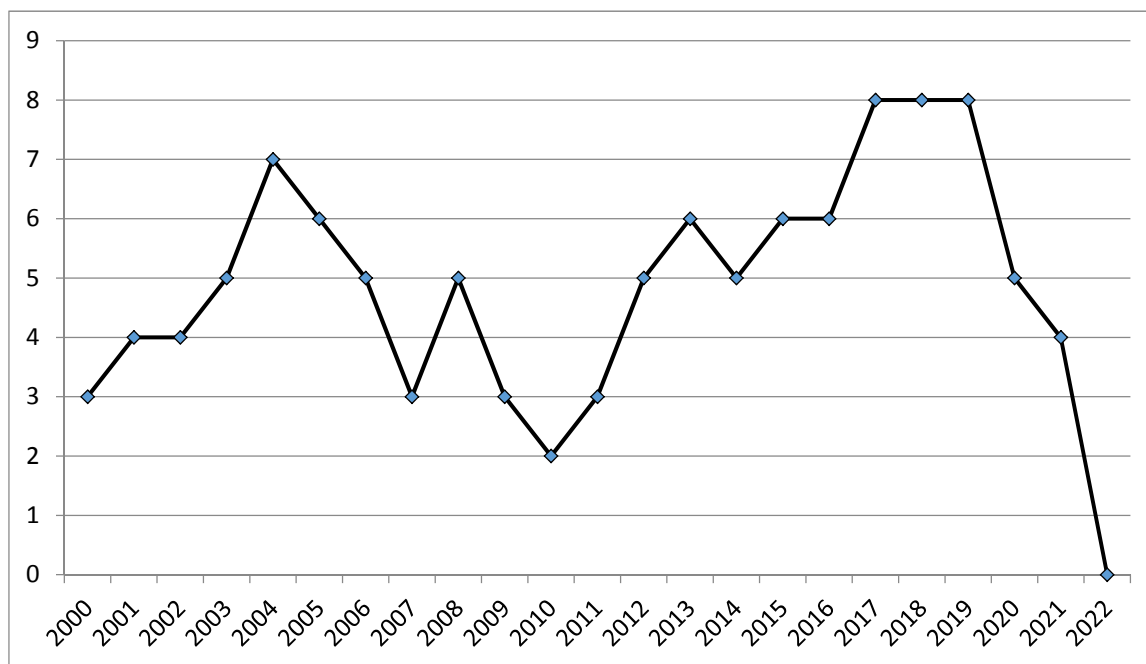
Таблица 2. Распределение экологических отчётов по отраслям с 2000 по 2023 г.
Table 2. Distribution of environmental reports by industry for the period from 2000 to 2023

Отрасль Industry	Количество ЭО Number of Environmental Reports (ER)	Доля от общего числа ЭО, % Share of the total number of ER, %
Нефтегазовая/Oil and gas	30	27,03
Энергетика/Energy	36	32,43
Металлургическая и горнодобывающая Metallurgical and mining	3	2,7
Химическая, нефтехимическая, парфюмерная Chemical, petrochemical, perfumery	16	14,41
Деревообрабатывающая, целлюлозно-бумажная Woodworking, pulp and paper	18	16,22
ЖКХ и бытовое обслуживание Housing and communal services and consumer services	1	0,9
Транспорт, дорожное строительство и логистические услуги Transport, road construction and logistics services	6	5,41
Строительство/Construction	1	0,9
Итого/Total	111	100

Источник: рассчитано автором на основе [20].

Source: calculated by the author based on [20].

Лидируют по числу отчётов энергетика и нефтегазовая отрасль. За последние годы количество экологических отчётов, представляемых российскими компаниями, немного увеличилось, но потом снова сократилось. На рисунке показана динамика подачи экологических отчётов за 2000–2022 гг.



Источник: составлено автором на основе [20].

Source: compiled by the author based on [20].

Рисунок. Количество экологических отчётов за 2000–2022 гг.
Figure. Number of environmental reports for 2000–2022

Как видно из рис. 1, наибольшее количество отчётов пришлось на 2017–2019 гг. Здесь следует иметь в виду, что ряд компаний продолжили подавать отчёты, но стали подавать уже интегрированные отчёты, поэтому здесь не следует говорить об отказе от подачи отчётов в целом. Если отчёты подавались за несколько лет одновременно, здесь их включили в каждый из отчётных годов. За последние годы снижение количества отчётов может быть связано с введением санкций, в результате которых были нарушены международные связи с компаниями из других стран, которые мотивировали компании ориентироваться и на интересы зарубежных покупателей.

Среди компаний, подавших наибольшее количество экологических отчётов, можно выделить ОАО «Сургутнефтегаз», ОАО «Севернефтегазпром», ОАО «Газпром Трансгаз Ухта», ПАО «Газпром», ОАО «Рязанская ГРЭС», АО «СХК», АО «Уральский электрохимический комбинат», АО «Группа «Илим», ООО «Неманский целлюлозно-бумажный комбинат», Международный аэропорт Шереметьево, ОАО «Архангельский целлюлозно-бумажный комбинат».

Вместе с тем следует сказать, что не всегда воздействие корпоративной социальной ответственности на экономику оказывается существенным. Выделяется также такое понятие, как *greenwashing* – PR-технология, которая вводит в заблуждение общественность, которая ожидает, что компания будет заниматься природоохранной практикой или добавлять экологические преимущества производимому товару или услуге, но это не соответствует действительности [21]. Ю.Э. Юровская выделяет семь признаков «гринвошинга» [22]: сокрытие недостатков, отсутствие доказательств, неопределённость высказываний, несуществующие маркировки, бесполезность характеристик (подсолнечное масло с витамином Е, хотя этот витамин есть в любом подсолнечном масле), «меньшее из двух зол», прямая ложь.

В качестве наиболее известного примера можно назвать скандал Дизельгейт (Dieselgate) в 2015 г., когда компания Фольксваген установила на своих автомобилях программное обеспечение, которое значительно занижало количество вредных газов при тестировании. В результате это выяснилось, а компании пришлось заплатить крупный штраф, при этом заработанный ей ранее социальный капитал был потерян, а доверие потребителей было утрачено.

В качестве других примеров «зелёного отбеливания» можно привести случай с McDonalds в 2019 г., когда вместо пластиковых стали использовать бумажные трубочки для питья, но потом оказалось, что их нельзя перерабатывать. Общественность почувствовала себя обманутой, поскольку здесь был дан сигнал о заботе об окружающей среде, хотя фактически это было не так, ещё и возник вопрос о необходимости вырубки деревьев для изготовления трубочек. В 2021 г. подали иск на Hefty Recycling Bags за неверное позиционирование своего товара. В рекламе говорилось, что сумки предназначены для хранения всех видов вторсырья, но потом выяснилось, что они не только сами не подлежат переработке, но ещё и загрязняют хранящиеся в них вещи. В 2023 г. был подан иск на авиакомпанию Delta Airlines за то, что в своих рекламных проспектах она объявила о своей углеродной нейтральности. Безусловно, компания выделила большие деньги на сокращение использования топлива и уменьшение карбонового следа, но поскольку авиаперелёты пока невозможны без выброса углекислых газов, данное утверждение вызвало у пассажиров ряд вопросов.

Примеры гринвошинга в России – фирма «Эко-Нива АПК», производящая молочную продукцию без подтверждающих компонентов об экологичности, компания «Слобода», разместившая на упаковках с маслом, соусами и молочной продукцией листок с надписью «Живая еда» без соответствующих документов, вода Waterful, производящая свою продукцию в тетрапаке (проблема заключается в том, что экологичную продукцию ещё сложнее переработать, поскольку пунктов по приёму тетрапака в России сейчас крайне мало).

В 2023 г. Ассоциация развития интерактивной рекламы провела исследование, где у экологически активной аудитории спрашивали про их отношение к гринвошингу. Было опрошено 1028 человек, проживающих в Москве и Санкт-Петербурге. В соответствии с результа-

тами исследования 83 % заявили, что знают о проблеме гринвошинга и сталкиваются с ним чаще, чем два раза в месяц, при этом 63 % отметили, что откажутся от бренда, если узнают о применяемом им «зелёном отбеливании» [23]. При опросе покупатели указали, что сталкивались с гринвошингом чаще всего при выборе товара в офлайн-магазинах (92 %), в онлайн-магазинах (499 %), в Интернет-рекламе (45 %), на сайтах и в социальных сетях брендов (32 %), в наружной рекламе (30 %), у блогеров и лидеров мнений (30 %), в телерекламе (18 %), в ТВ-передачах (6 %), в рекламе на радио (2 %).

Таким образом, общественность не только призывает предприятия к активному внедрению экологических методов на производстве, но и активно следит за результатом перехода к зелёной экономике. При этом большая часть аудитории считает, что этот процесс должно контролировать государство.

Заключение

Подводя итоги, можно отметить, что введение корпоративной социальной ответственности приводит к тому, что компании больше внимания начинают уделять экологическим вопросам. В частности, фирмы, которые внедряют в свою практику меры корпоративной социальной ответственности, публикуют отчёты о воздействии компаний на окружающую среду, в том числе экологические и отчёты в области устойчивого развития. Среди российских компаний можно выделить фирмы в таких отраслях, как нефтегазовая отрасль, энергетика, металлургическая и химическая промышленность. Вместе с тем следует отметить, что в последние годы в связи с санкциями у некоторых фирм снизились стимулы для внедрения этих принципов, поскольку ранее они ориентировались на экспорт и сотрудничество с западными компаниями, где требования к экологичности продукции выше. Кроме того, после введения санкций в 2022 г. были введены послабления в природоохранном регулировании, на два года отложили сроки обязательного получения комплексного экологического разрешения для ряда объектов. Также переход к экологичности связан с высокими затратами и не всегда сразу окупается, поэтому требуется помощь государства. Однако если смотреть на долгосрочную перспективу, безусловно, необходимо принимать меры по поддержке фирм для внедрения корпоративной социальной ответственности, поскольку это стимулирует фирмы учитывать мнение общества и способствует переходу к зелёной экономике.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Навстречу «зеленой» экономике: пути к устойчивому развитию и искоренению бедности – обобщающий доклад для представителей властных структур // Программа ООН по окружающей среде. URL: https://www.mkurca.org/wp-content/uploads/2013/06/%D0%BD%D0%B0-%D0%B2%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B5%D1%87%D1%83-%D0%B7%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D0%B9-%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD_ru.pdf (дата обращения 11.12.2023).
2. Благоев Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление // Российский журнал менеджмента. – 2004. – № 3. – С. 17–34.
3. Bowen H.R. Social responsibilities of the businessman. – N.Y.: Harper & Row, 1953. – 298 p.
4. Завьялова Е.Б. Корпоративная социальная ответственность: эволюция подходов и идей // Финансовый бизнес. – 2018. – № 2 (193). – С. 26–31. EDN: YUSUNF.
5. Carroll A. A tree-dimensional conceptual model of corporate social performance // Academy of Management Review. – 1979. – № 4 (4). – P. 497–505.
6. Stakeholder theory: the state of the art / B.L. Parmar, R.E. Freeman, J.S. Harrison, A.C. Wicks, L. Purnell, S. de Colle // Academy of Management Annals. – 2010. – № 1. – P. 403–445. DOI: 10.1080/19416520.2010.495581.
7. Elkington J. Towards the sustainable corporation: win-win-win business strategies for sustainable development // California Management Review. – 1994. – Vol. 36. – Iss. 2. – P. 90–100. DOI: <https://doi.org/10.2307/41165746>.
8. Ryszawska R. The role of CSR in the transition to a green economy // Corporate Social Responsibility in Poland / Eds. A. Długopolska-Mikonowicz, S. Przytuła, C. Stehr. – Cham: Springer, 2019. – P. 105–119. DOI: 10.1007/978-3-030-00440-8_8.

9. Гулюк Н.В., Новичкова И.В. Эффективность применения КСО и развитие «зелёного» бизнеса в России // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2018. – № 3. – С. 28–30.
10. Макаров И.Н., Осипова И.В. Корпоративная ответственность: экономическая ответственность бизнеса в условиях зелёной экономики // Креативная экономика. – 2022. – Т. 16. – № 2. – С. 449–462. EDN: RPDWBK. DOI: 10.18334/ce.16.2.114224.
11. Green economy: the contribution of social corporate economy / P. Nicolopoulou-Stamati, N. Xiangli, I. Matiatos, C. Kotampasi, P. Stamatis, A.G. Sasko, L. Hens // Mechanism of economic regulation. – 2013. – № 2. – P. 30–44.
12. Войко Д.В., Войко А.В. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие в условиях экологических проблем // Вестник университета. – 2022. – № 4. – С. 13–19. DOI: <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2022-4-13-19>.
13. Рязанова О.Е., Золотарева В.П. Циркулярная экономика. – М.: КНОРУС, 2022. – 182 с.
14. Pop O., Dina G.Ch., Martin C. Promoting the corporate social responsibility for a green economy and innovative jobs // Procedia Social and Behavioral Sciences. – 2011. – Vol. 15. – P. 1020–1023. DOI: 10.1016/j.sbspro.2011.03.232.
15. Беляева Е.А., Панасейкина В.С. Инструменты реализации социальной ответственности бизнеса при переходе прибрежных территорий к «зелёной» экономике // Московский экономический журнал. – 2019. – № 11. – С. 386–396.
16. Orsato R. Competitive environmental strategies: when does it pay to be green? // California Management Review. – 2006. – Vol. 48. – Iss. 2. – P. 127–143. DOI: <https://doi.org/10.2307/41166341>.
17. Петухов К.А. Экологические инициативы российских компаний в сфере корпоративной социальной ответственности // Russian Journal of Education and Psychology. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologicheskie-initsiativy-rossiyskih-kompaniy-v-sfere-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-1> (дата обращения 11.12.2023). DOI: <https://doi.org/10.12731/2218-7405-2014-5-19>.
18. ESG-дайджест. Удвоение спроса на зелёную электроэнергию, инвестиции в климат и новые глобальные альянсы // СБЕР Про. URL: <https://sber.pro/publication/esg-daidzhest-udvoenie-sprosa-na-zelyonuyu-elektroenergiyu-investitsii-v-klimat-i-novie-globalnie-alyansi/> (дата обращения 11.12.2023).
19. ESG-рэнкинг российских компаний (декабрь 2023 г.). Сайт рейтинговой группы RAEX https://raex-rr.com/ESG/ESG_companies/ESG_rating_companies/2023.12/ (дата обращения 11.12.2023).
20. Национальный Регистр корпоративных нефинансовых отчётов. Российский союз промышленников и предпринимателей. URL: https://rspp.ru/sustainable_development/registr/ (дата обращения 12.12.2023).
21. Heras-Saizarbitoria I., Urbieto L., Boiral O. Organizations' engagement with sustainable development goals: From cherry-picking to SDG-washing? // Corporal Social responsibility and Environmental Management. – 2022. – Vol. 29. – Iss. 2. – P. 316–328. DOI: <https://doi.org/10.1002/csr.2202>.
22. Юровская Ю.Э. Проблема «greenwashing» в современной экономике // Культура и экология – основы устойчивого развития России. Культурные и экологические императивы современной экономики. Часть 1: материалы Международного форума (Екатеринбург, 13–15 апреля 2020 г.). – Екатеринбург: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2020. – С. 311–314. EDN: NVZZPW.
23. Взгляд экологически активной аудитории на гринвошинг. URL: https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2023/03/arir23_greenwashing_b2c.pdf (дата обращения 11.12.2023).

Информация об авторах

Козлова Мария Александровна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории Московского государственного института международных отношений (университет) МИД Российской Федерации, Россия, 119454, г. Москва, пр. Вернадского, 76. michandy@mail.ru

Поступила в редакцию: 28.12.2023

Поступила после рецензирования: 10.03.2024

Принята к публикации: 29.03.2024

REFERENCES

1. Towards a "green" economy: ways to sustainable development and poverty eradication – a summary report for representatives of government agencies. *UN Environment Program*. (In Russ.) Available at: https://www.mkurca.org/wp-content/uploads/2013/06/%D0%BD%D0%B0-%D0%B2%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B5%D1%87%D1%83-%D0%B7%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D0%B9%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD_ru.pdf (accessed 11 December 2023).
2. Blagov Yu.E. Concept of corporate social responsibility and strategic management. *Russian Journal of Management*, 2004, no. 3, pp. 17–34. (In Russ.)

3. Bowen H.R. *Social responsibilities of the businessman*. N.Y., Harper & Row, 1953. 298 p.
4. Zavyalova E.B. Corporate social responsibility: evolution of approaches and ideas. *Financial business*, 2018, no. 2 (193), pp. 26–31. (In Russ.) EDN: YUSUNF.
5. Carroll A. A tree-dimensional conceptual model of corporate social performance. *Academy of Management Review*, 1979, no. 4 (4), pp. 497–505.
6. Parmar B.L., Freeman R.E., Harrison J.S., Wicks A.C., Purnell L., De Colle S. Stakeholder theory: the state of the art. *Academy of Management Annals*, 2010, no. 1, pp. 403–445. DOI: 10.1080/19416520.2010.495581
7. Elkington J. Towards the sustainable corporation: win-win-win business strategies for sustainable development. *California Management Review*, 1994, vol. 36, Iss. 2, pp. 90–100. DOI: <https://doi.org/10.2307/41165746>
8. Ryszawska R. The role of CSR in the transition to a green economy. *Corporate Social Responsibility in Poland*. Eds. A. Długopolska-Mikonowicz, S. Przytuła, C. Stehr. Cham, Springer, 2019. pp. 105–119. DOI: 10.1007/978-3-030-00440-8_8.
9. Gulyuk N.V., Novichkova I.V. The effectiveness of CSR application and the development of “green” business in Russia. *Business education in the economics of knowledge*, 2018, no. 3, pp. 28–30. (In Russ.)
10. Makarov I.N., Osipova I.V. Corporate responsibility: economic responsibility of business in a green economy. *Creative Economy*, 2022, Vol. 16, no. 2, pp. 449–462. (In Russ.) EDN: RPDWBK. DOI: 10.18334/ce.16.2.114224.
11. Nicolopoulou-Stamati P., Xiangli N., Matiatos I., Kotampasi C., Stamatias P., Sasko A.G., Hens L. Green economy: the contribution of social corporate economy. *Mechanism of Economic regulation*, 2013, no. 2, pp. 30–44.
12. Voyko D.V., Voyko A.V. Corporate social responsibility and sustainable development in the context of environmental challenges. *Vestnik Universiteta*, 2022, no. 4, pp. 13–19. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2022-4-13-19>.
13. Ryazanova O.E., Zolotareva V.P. *Circular economics*. Moscow, KNORUS Publ., 2022. 182 p. (In Russ.)
14. Pop O., Dina G.Ch., Martin C. Promoting the corporate social responsibility for a green economy and innovative jobs. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2011, vol. 15, pp. 1020–1023. DOI: 10.1016/j.sbspro.2011.03.232.
15. Belyaeva E.A., Panaseykina V.S. Tools for the implementation of social responsibility of business in the transition of coastal territories to a “green” economy. *Moscow Economic Journal*, 2019, no. 11, pp. 386–396. (In Russ.)
16. Orsato R. Competitive environmental strategies: when does it pay to be green? *California Management Review*, 2006, vol. 48, Iss. 2, pp. 127–143. DOI: <https://doi.org/10.2307/41166341>.
17. Petukhov K.A. Environmental initiatives of Russian companies in sphere of corporate social responsibility. *Russian Journal of Education and Psychology*. (In Russ.) Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologicheskie-initsiativy-rossiyskih-kompaniy-v-sfere-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-1> (accessed 11 December 2023). DOI: <https://doi.org/10.12731/2218-7405-2014-5-19>.
18. ESG digest. Doubling demand for green electricity, climate investment and new global alliances. *SBER Pro*. (In Russ.) Available at: <https://sber.pro/publication/esg-daizhest-udvoenie-sprosa-na-zelyonuyu-elektroenergiyu-investitsii-v-klimat-i-novie-globalnie-alyansi/> (accessed 11 December 2023).
19. ESG ranking of Russian companies (December 2023). *Website of the rating group RAEX*. (In Russ.) Available at: https://raex-rr.com/ESG/ESG_companies/ESG_rating_companies/2023.12/ (accessed 11 December 2023).
20. National Register of Corporate Non-Financial Reports. *Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs*. (In Russ.) Available at: https://rspp.ru/sustainable_development/registr/ (accessed 12 December 2023).
21. Heras-Saizarbitoria I., Urbietta L., Boiral O. Organizations’ engagement with sustainable development goals: From cherry-picking to SDG-washing? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 2022, vol. 29, Iss. 2, pp. 316–328. DOI: <https://doi.org/10.1002/csr.2202>.
22. Yurovskaya Y.E. The greenwashing problem in the modern economy. *Materials of the International Forum. Culture and ecology are the foundations of sustainable development in Russia. Cultural and environmental imperatives of modern economics. Part 1*. Ekaterinburg, Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin Publ., 2020. pp. 311–314. (In Russ.) EDN: NVZZPW.
23. *The view of an environmentally active audience on greenwashing*. (In Russ.) Available at: https://interactivead.ru/wp-content/uploads/2023/03/arir23_greenwashing_b2c.pdf (accessed 11 December 2023).

Information about the authors

Mariya A. Kozlova, Cand. Sc., Associate Professor, Moscow State Institute of International Relations (University) Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation, 76, Vernadsky avenue, Moscow, 119454, Russian Federation. michandy@mail.ru

Received: 28.12.2023

Revised: 10.03.2024

Accepted: 29.03.2024