

УСЛОВИЯ И ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ КОРПОРАТИВНУЮ ЭКОЛОГИЧЕСКУЮ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ НА МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ РОССИИ

И. А. Костылев

Череповецкий государственный университет,
Череповец, Россия

В статье проанализированы условия и факторы, влияющие на реализацию корпоративной экологической ответственности на металлургических предприятиях России. Особое внимание уделено мотивации компаний к осуществлению ответственной деятельности и оценке ее соответствия установленным стандартам. Исследование охватывает мотивацию металлургических предприятий к внедрению практик, направленных на улучшение экологической ситуации; при этом рассматриваются как внутренние мотивы, так и внешние факторы. В статье проанализированы текущие практики крупных металлургических компаний России. Автор исследует широкий спектр факторов, влияющих на принятие решений компаниями в сфере экологической ответственности. В результате статья представляет полную картину текущего состояния и перспектив развития корпоративной экологической ответственности на металлургических предприятиях России.

Ключевые слова: уровень социально-экологической ответственности, мотивация компаний, корпоративное гражданство, бизнес.

CONDITIONS AND FACTORS INFLUENCING CORPORATE ECOLOGIC RESPONSIBILITY AT STEEL-MAKING ENTERPRISES IN RUSSIA

Ivan A. Kostylev

Cherepovets State University, Cherepovets, Russia

The article analyses conditions and factors, which affect realization of corporate ecologic responsibility at steel-making enterprises in Russia. Special attention is paid to motivation of companies to keep to responsible work and assess its compliance with set standards. The research covers motivation of steel-making enterprises in respect of practices aimed at improving the ecologic situation, both internal and external factors are studied. The article analyzed current practices of big steel-making companies of Russia. The author investigates a wide range of factors that can influence company decisions in the field of ecologic responsibility. As a result the article provides a complete picture of the current situation and prospects of developing corporate ecologic responsibility at steel-making enterprises in Russia.

Keywords: level of social and ecologic responsibility, motivation of companies, corporate citizenship, business.

Введение

Корпоративная экологическая ответственность (КЭО) – это стремление предприятий к устойчивому и экологически дружественному бизнесу. Условия и факторы, определяющие КЭО, могут быть разнообразными, и их важно учиты-

вать для эффективной реализации экологических практик в рамках бизнеса.

Экологическая ответственность охватывает обязательства бизнеса, направленные на защиту и улучшение состояния природы. Эти обязательства согласуются с собственными интересами бизнеса, что подчеркивает важность интеграции экологи-

ческих целей с корпоративной стратегией и приносит выгоду как для окружающей среды, так и для бизнеса [8].

В настоящее время большинство компаний рассматривают экологическую ответственность бизнеса как деятельность, основанную на законности и добровольности, в целях повышения конкурентоспособности организации и укрепления ее репутации в контексте воздействия разнообразных социальных и экономических стейкхолдеров, оказывающих влияние на деятельность компании [6].

Экологическая ответственность бизнеса выделяет две основные категории стейкхолдеров: внутренние и внешние по отношению к компании. К внутренним стейкхолдерам относятся акционеры и сотрудники организации. Внешними стейкхолдерами являются поставщики, потребители, государство, общество, неправительственные и международные организации, а также представители средств массовой информации. Взаимодействие с этим разнообразным кругом стейкхолдеров служит ключевым аспектом эффективного управления экологической ответственностью, поскольку каждая из этих групп име-

ет свой интерес и влияние на экологические и устойчивые практики бизнеса [7].

Мотивация компаний к осуществлению КЭО

Применение теории стейкхолдеров к концепции экологической ответственности бизнеса предполагает признание того, что различные группы стейкхолдеров имеют интерес в решении экологических проблем. Этот признанный интерес превращается в стратегические действия, направленные на улучшение экологической политики компании. Важной частью этого подхода является возможность интеграции различных заинтересованных сторон для создания более эффективных и устойчивых практик, учитывающих интересы не только внутренних, но и внешних стейкхолдеров. Такой подход способствует всестороннему взаимодействию с окружающей средой и формированию традиций в соответствии с общественными ожиданиями и требованиями стейкхолдеров [5].

Мотивационные факторы к ведению экологически ответственного бизнеса представлены в табл. 1.

Т а б л и ц а 1

Мотивация компаний к осуществлению КЭО

Источники мотивации	Мотивация КЭО компании
1	2
Компания	Многие экологические практики могут привести к экономической выгоде. Эффективное использование ресурсов, снижение отходов и повышение энергоэффективности могут уменьшить издержки и создать новые возможности для бизнеса. Организации, принимающие меры по соблюдению экологических стандартов, стремятся к созданию устойчивого бизнеса на долгосрочной основе, что может обеспечить их конкурентоспособность в будущем
<i>Внутренние стейкхолдеры</i>	
Акционеры	Инвесторы могут видеть в экологической ответственности и устойчивости долгосрочный финансовый потенциал. Инвестирование в компании с сильным экологическим профилем может помочь смягчить инвестиционные риски. Позитивный образ экологически ответственной компании может привлечь больше инвестиций и создать лояльное инвестиционное сообщество
Сотрудники	Приверженность к компании, осуществляющей ведение экологически ответственной хозяйственной деятельности, что создает дополнительные мотивационные факторы. Предоставление сотрудникам возможности внести свой вклад в социально значимые и экологически положительные проекты. Стимулирование к разработке и внедрению инноваций в области экологически устойчивых технологий и методов работы. Привлечение талантливых сотрудников, поддерживающих концепцию устойчивого развития, что может создавать конкурентные преимущества для компании в привлечении квалифицированных кадров

1	2
	<i>Внешние стейкхолдеры</i>
Поставщики	Приверженность поставщиков к компаниям, стремящимся уменьшить свое воздействие на окружающую среду. Поставщики, сами соблюдающие экологические стандарты при производстве и поставке товаров, создают мотивацию для компаний, которые стремятся снизить свой экологический след. Предприятия, уделяющие внимание экологическим аспектам в своей деятельности, становятся предпочтительными для поставщиков, обладающих экологической сертификацией и соответствующими стандартами. Компании, предоставляющие подробную информацию о своей экологической деятельности, в том числе отчеты и показатели, могут укреплять доверие поставщиков, которые ценят прозрачность в отношениях
Потребители	Внедрение экологически ответственного бизнеса создает положительный имидж предприятия. Репутация экологически ответственной компании может привести к увеличению продаж. Потребители могут быть более привержены к компании, осуществляющей ведение экологически ответственной хозяйственной деятельности, что создает дополнительные мотивационные факторы
Государство	Выполнение требований законодательства, соблюдение экологических норм. Предоставление экономических стимулов, включающих в себя льготы, налоговые скидки, субсидии, а также применение штрафов и санкций при несоблюдении экологических стандартов. Создание программ и инициатив, направленных на поддержку компаний в осуществлении экологических проектов, включающих в себя финансирование и содействие в разработке и внедрении технологий, способствующих снижению негативного воздействия на окружающую среду. Требование обязательной отчетности организаций по их экологическим показателям и стратегиям. Введение обязательных требований к сертификации продукции и процессов с целью поддержки экологически ответственных компаний
Общество	Давление со стороны общества в решении экологических вопросов. Вклад компании в общественные благотворительные программы, охрану природы и участие в социальных и экологических мероприятиях. Возможности для общественного обсуждения и выражения мнений через социальные медиа позволяют обществу активно комментировать и оценивать деятельность компаний с точки зрения их экологической ответственности
Другие заинтересованные стороны (неправительственные и другие организации)	Предоставление сертификации и знаков, подтверждающих, что компания следует экологически чистым и устойчивым практикам. Участие в проектах по охране окружающей среды, восстановлению экосистем, содействие социально-экологическим программам и другие мероприятия. Стимулирование к принятию компанией более ответственных практик через консультирование и поддержку в реализации экологических стратегий. Подписание соглашений или обязательств на соблюдение стандартов устойчивости и экологической ответственности совместно с неправительственными или другими организациями

Уровни КЭО

Базовый уровень КЭО связан с обязательным соблюдением норм законодательства в различных областях, включая природоохранную, налоговую, трудовую и др. Этот уровень представляет собой минимальные требования, которым должны соответствовать компании для соблюдения законов и нормативов, регулирующих их экологическую деятельность.

Рассмотрим основные аспекты базового уровня КЭО.

Природоохранное законодательство обеспечивает соблюдение нормативов, предписанных законами о защите окружающей среды, регулирование и контроль за выбросами вредных веществ, обращени-

ем с отходами и использованием природных ресурсов.

Налоговое законодательство направлено на соблюдение налоговых обязательств, связанных с экологическими аспектами бизнеса, и включает возможные налоговые льготы и стимулы для компаний, внедряющих эффективные экологические практики.

Трудовое законодательство способствует обеспечению безопасных условий труда для сотрудников, в том числе в рамках экологически чувствительных производственных процессов, а также соблюдению законов, регулирующих отношения между предприятием и его работниками в контексте экологических вопросов.

Социальные аспекты представляют собой учет социальных вопросов, связанных с воздействием на окружающую среду, например, влияние на здоровье местного населения: соблюдение норм, регулирующих социальные аспекты экологической деятельности, включая консультации с местными сообществами.

Финансовая прозрачность выражается в открытости информации об экологических расходах и инвестициях, учете затрат, связанных с соблюдением природоохранного, налогового и трудового законодательства.

На базовом уровне компании ориентируются на минимальные требования, установленные законодательством, чтобы избежать правовых последствий и обеспечить соответствие основным нормам. Однако для достижения более высоких уровней КЭО необходимо превышение этих базовых стандартов и активное внедрение устойчивых практик в деятельность компании [3].

Первый уровень КЭО (после базового) представляет собой стремление организации к интеграции экологических факторов в процесс принятия решений и к ответственности за последствия своих действий на окружающую среду. На этом уровне компания не ограничивается простым соблюдением законодательства, а активно стремится к улучшению своих экологических показателей.

Характерные черты первого уровня:

1. *Интеграция экологических аспектов в стратегическое планирование*: включение экологических целей и показателей в стратегический бизнес-план и цели компании; учет окружающей среды при разработке долгосрочных стратегий.

2. *Анализ жизненного цикла продукции*: оценка воздействия продукции на окружающую среду на всех этапах жизненного цикла, начиная с производства и заканчивая утилизацией; разработка мероприятий по снижению экологического следа продукции.

3. *Учет экологических рисков и возможностей*: анализ экологических рисков, свя-

занных с бизнес-процессами и производством; идентификация возможностей для улучшения экологической эффективности и создания инновационных продуктов.

4. *Обучение и осведомленность*: обучение персонала и руководства по вопросам учета и управления экологическими аспектами; регулярное обновление знаний и информирование сотрудников о целях и инициативах в области экологической ответственности.

5. *Стейкхолдерское взаимодействие*: активное взаимодействие с различными стейкхолдерами, включая клиентов, поставщиков, общество и органы власти, для обсуждения их ожиданий и вклада в экологическую ответственность.

6. *Отчетность и прозрачность*: регулярная отчетность об экологической деятельности компании, включая показатели производительности, достижения и планы на будущее; обеспечение прозрачности в отношении воздействия решений на окружающую среду.

7. *Сертификации и стандарты*: стремление к получению сертификаций и соответствию экологическим стандартам индустрии или международным нормам; активное участие в программах по стандартизации и сертификации экологических практик.

Первый уровень требует более системного и углубленного подхода к управлению окружающей средой, что позволяет компаниям не только соответствовать минимальным требованиям, но и активно стремиться к созданию устойчивой, экологически ответственной бизнес-модели [3].

Сосредоточившись на инновациях в области экологии, организации могут выходить за пределы минимальных требований законодательства и стандартов, создавая более устойчивые и эффективные экологические практики. Важно взглянуть на экологическую ответственность не только как на обязанность соблюдения законов, но и как на возможность роста и долгосрочной устойчивости, выражающейся в конкурентном преимуществе, экономии

ресурсов, сокращении экологического следа, ответе на ожидания потребителей, репутационной выгоде, способности адаптации к изменениям, привлечении талантов, социальном воздействии.

Организации, нацеленные на инновации и постоянное улучшение в области экологии, могут не только достичь соответствия стандартам, но и создать положительное воздействие на окружающую среду, развивая устойчивые бизнес-модели и продукты, которые соответствуют ожиданиям и потребностям современного общества.

Экологически ответственный бизнес интегрирует в себя принципы зеленой экономики, стремящейся к устойчивому развитию и эффективному использованию ресурсов при минимизации негативного воздействия на окружающую среду [4].

Согласно взгляду М. Портера и М. Креймера, при реализации идеи разделяемой ценности основные изменения должны затрагивать не только стратегию и бизнес-подход, но и суть миссии предприятия и принципы его маркетинговой идеологии. Они предлагают сдвиг от традиционной концепции, где компании получают прибыль, решая проблемы общества, к новому подходу – зарабатывать не на проблемах, а решая их.

В философии стратегии компаний выделяется центральное место для общественно значимых целей. Это подразумевает создание не просто бизнеса, направленного на увеличение прибыли, а стратегии, основанной на удовлетворении реальных и объективно существующих потребностей общества. При этом компания должна соответствовать истинным ценностям, уже присутствующим в обществе, а также активно участвовать в формировании и развитии этих ценностей совместно с обществом [9].

Компании, занимающиеся переработкой отходов и утилизацией отсортированных материалов, представляют собой яркий образец бизнеса, построенного на разделяемых ценностях и потребностях в

устойчивости в нашей стране. Эти предприятия внедряют в свою деятельность принципы ответственного потребления и содействия экологической устойчивости. Их деятельность имеет не только коммерческий, но и социальный аспект, приносящий выгоду обществу в целом.

Разделяемые ценности в данном случае включают в себя осознание проблемы образования отходов и необходимость их переработки для уменьшения негативного воздействия на окружающую среду. Предприятия, занимающиеся переработкой отходов, активно внедряют инновационные технологии, сокращают объемы отходов, исключают загрязняющие вещества из производственных процессов и способствуют формированию кругового экологического подхода.

Такие компании не только создают рабочие места и способствуют развитию экономики, но и являются агентами позитивного изменения, внося вклад в решение экологических проблем. В результате они активно поддерживают общественно значимые цели, такие как снижение загрязнения окружающей среды и переход к более устойчивым формам потребления и производства.

Второй уровень социально-экологической ответственности – это корпоративное гражданство, предполагающее в дополнение к первому уровню благотворительную деятельность, спонсорство как добровольный вклад в экологические проекты, не связанные с деятельностью бизнеса. На этом уровне компании не только соблюдают законы и нормы в области экологии, но также активно взаимодействуют с обществом, принимают участие в социальных и экологических инициативах, а также стремятся создавать позитивное воздействие в области устойчивости.

Рассмотрим ключевые характеристики корпоративного гражданства в рамках социально-экологической ответственности:

1. *Социальные и образовательные программы:* участие в социальных проектах, направленных на поддержку образования,

здравоохранения и других сфер общественного интереса; организация программ обучения и развития для сотрудников и местных сообществ.

2. *Благотворительность и филантропия*: финансовая поддержка благотворительных организаций и проектов; участие в программах филантропии, направленных на решение социальных и экологических проблем.

3. *Волонтерская деятельность*: организация волонтерских инициатив для сотрудников и участие в мероприятиях, способствующих улучшению качества жизни в местных сообществах.

4. *Развитие местных экосистем*: программы по обновлению и охране природных ресурсов в местах присутствия компании; участие в проектах по посадке деревьев, озеленению и сохранению биоразнообразия.

5. *Этическое управление*: внедрение этических стандартов в управленческих решениях, например, прозрачность в корпоративных операциях.

6. *Участие в общественном диалоге*: активное взаимодействие с обществом и стейкхолдерами для понимания их ожиданий и проблем; участие в публичных дебатах и диалогах по вопросам социальной и экологической значимости.

7. *Соблюдение стандартов устойчивости*: сертификация по стандартам устойчивости и социальной ответственности; активное участие в инициативах, направленных на улучшение корпоративной устойчивости.

Корпоративное гражданство на втором уровне социально-экологической ответственности подразумевает активное участие компании в социальной жизни и экологических инициативах, что помогает ей не только создавать положительное воздействие, но и укреплять свою репутацию в глазах общества и стейкхолдеров [1].

Участие компании в глобальных социальных и политических вопросах является признаком корпоративного гражданства. Это включает в себя не только участие в общественных и социальных инициативах,

но и проявление взглядов по ключевым вопросам публичной политики, которые оказывают влияние как на бизнес, так и на общество в целом. Организации, активно взаимодействующие с социально-политической средой, часто принимают участие в диалоге и формировании законодательных и регулирующих мер, касающихся их сферы деятельности. При этом важны не только участие, но и последовательность в выражении своих позиций и принципов.

Такие компании часто выступают за общественные ценности, поддерживают социальные изменения и активно выступают за принципы устойчивости и ответственного бизнеса. Они стремятся соответствовать стандартам, а также влиять на их формирование, создавая благоприятное окружение как для своего бизнеса, так и для общества в целом.

Исходя из этого считается, что данный уровень корпоративного партнерства присущ крупному мировому и национальному бизнесу, имеющему экономическое влияние, скопившийся человеческий капитал, масштабы мировой и национальной деятельности и огромное воздействие на общество [2].

Взаимодействие в области общественной политики, рассматриваемой как выражение и согласование интересов общества, предоставляет возможность проявления себя не только на глобальном, но и на местном уровне. Малые и средние предприятия имеют потенциал стать корпоративными партнерами на местном уровне. Совместно с общественностью и органами исполнительной власти в муниципалитете они могут формировать ценности и, основываясь на них, принимать решения в целях обеспечения устойчивого развития территории, защиты интересов стейкхолдеров и успешного внедрения этих ценностей в управление своим бизнесом.

Анализ соответствия деятельности некоторых крупных металлургических предприятий России уровням социально-экологической ответственности представлен в табл. 2.

Уровни социально-экологической ответственности металлургических компаний России*

Компания 1	Уровень 2	Критерии 3
ПАО «Северсталь»	Базовый	<ul style="list-style-type: none"> Соблюдение применимых требований законодательства самой компанией и ее подрядчиками закреплено в политике в области охраны окружающей среды ПАО «Северсталь» и связанных юридических лиц. Является участником федерального проекта «Чистый воздух» и национального проекта «Экология». Поэтапно реализует мероприятия для очистки производственных стоков Череповецкого металлургического комбината в реку Кошта до установленных нормативов
	Первый	<ul style="list-style-type: none"> Разработан проект «Зеленый щит», который подразумевает озеленение территории промышленной площадки предприятия. Создана стратегия декарбонизации до 2030 г. Снижены простои стороннего автотранспорта на «Северсталь-метиз» для снижения выбросов CO₂ на территории предприятия
	Второй	<ul style="list-style-type: none"> Строительство экологической тропы в Дарвинском заповеднике при поддержке «Северстали». Высадка крупномерных деревьев и кустарников в городе Череповце. Запуск климатического проекта в Вологодской области, связанного с сокращением выбросов парниковых газов и увеличением их поглощения за счет обводнения ранее осушенных торфяников
ЕВРАЗ	Базовый	<ul style="list-style-type: none"> Соблюдение применимых требований законодательства компанией закреплено в политике по охране труда, промышленной безопасности и охране окружающей среды. Является участником федерального проекта «Чистый воздух» и национального проекта «Экология»
	Первый	<ul style="list-style-type: none"> Введение в эксплуатацию на шахте «Распадская» новой мобильной установки пылеподавления, использующей замкнутый водно-шламовый цикл. Модернизация нагревательной печи прокатного стана с низким уровнем выбросов NO_x в Реджайне
	Второй	<ul style="list-style-type: none"> Проведение традиционных экологических акций по озеленению Нижнего Тагила. Проведение экологических акций в Качканаре «Семейное дерево» и «Клумба своими руками»
ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат»	Базовый	<ul style="list-style-type: none"> Соблюдение применимых требований законодательства самой компанией и ее подрядчиками закреплено в экологической политике.
	Первый	<ul style="list-style-type: none"> Внедрение системы внутренних экологических улучшений (СВЭУ), позволяющей с помощью личного вовлечения каждого сотрудника на постоянной основе выявлять предпосылки наступления экологических инцидентов и предотвращать их. Принятие программы рециклинга, содержащей около 40 проектов, реализация которой увеличит утилизацию вторичного сырья внутри производственной площадки
	Второй	<ul style="list-style-type: none"> Сотрудничество в сфере мониторинга и сохранения биоразнообразия с заповедником «Белогорье» – Ямская степь, питомником редких видов журавлей ФГБУ «Окский государственный природный биосферный заповедник», Алтайским филиалом ФГБНУ «ВНИРО»
АО «Холдинговая компания «Металлоинвест»	Базовый	<ul style="list-style-type: none"> Соблюдение применимых требований законодательства компанией и подрядчиками закреплено в экологической политике.
	Первый	<ul style="list-style-type: none"> Озеленение промплощадки Лебединского ГОКа и участка балки Чабановская (город Губкин) саженцами деревьев, осуществление комплекса мероприятий по сокращению пылящих площадей, проведение мероприятий по биологической рекультивации на территории Михайловского ГОКа и города Железнодорожска. Разработка политики по взаимодействию с заинтересованными сторонами в целях открытости предприятий компании для проведения общественных проверок или общественного экологического мониторинга. Разработка и реализация проекта «Зеленый офис», цель которого – экологизация производства и поддержание стремления компании к устойчивым переменам: отказ от личных урн, использования одноразовой пластиковой посуды и разделение отходов
	Второй	<ul style="list-style-type: none"> Сотрудничество в сфере мониторинга и сохранения биоразнообразия с заповедником «Белогорье» – Ямская степь и Центрально-Черноземным государственным природным биосферным заповедником имени профессора В. В. Алехина. Высадка древесно-кустарниковой растительности и создание дендропарка на территории школы № 14 Железнодорожска

* Составлено по данным компаний.

1	2	3
ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат»	Базовый	<ul style="list-style-type: none"> • Соблюдение применимых требований законодательства компанией закреплено в экологической политике ПАО «ММК» и связанных юридических лиц. • Является участником федерального проекта «Чистый воздух»
	Первый	<ul style="list-style-type: none"> • Совершенствование системы пылеподавления на открытом и закрытом складах и системы аспирации литейного двора, вывод из работы аглофабрики № 4, открытие взамен нее новой аглофабрики № 5. • Реконструкция системы оборотного водоснабжения с расширением резервуара охладителя. • Разработка и реализация экологической программы развития до 2025 г.
	Второй	<ul style="list-style-type: none"> • Озеленение территории города Магнитогорска и ПАО «ММК». • Проведение мероприятий по восстановлению и развитию биоразнообразия реки Урал и Магнитогорского водохранилища

Из проведенного анализа можно сделать вывод, что представленные крупные металлургические компании соответствуют второму уровню социально-экологической ответственности. На предприятиях разрабатываются и внедряются проекты, направленные на сохранение окружающей среды в целях соблюдения природоохранного законодательства, а также появляются инициативы по улучшению экологической обстановки регионов и страны.

Заключение

Анализ условий и факторов, влияющих на КЭО в металлургической отрасли России, обозначил важные внешние и внутренние мотивации, стимулирующие предприятия к активному осуществлению КЭО.

В контексте внешних факторов следует отметить, что мировой тренд к устойчивому развитию и растущее внимание к экологическим аспектам приводят к увеличению давления со стороны общественности, клиентов и государственных органов на компании металлургической отрасли. Эта внешняя динамика стимулирует компании к внедрению передовых технологий, сокращению выбросов и общему улучшению экологического следа.

Внутренние мотивации в свою очередь связаны с растущим пониманием корпоративного руководства о важности экологической устойчивости для долгосрочного успеха компании. Внутренняя мотивация также возникает из стремления к оптимизации производственных процессов, повышению эффективности и уменьшению расходов через внедрение чистых технологий и энергосберегающих методов.

Одним из ключевых выводов исследования является то, что российские металлургические компании занимают второй уровень социально-экологической ответственности. Это свидетельствует о том, что предприятия отрасли осознали значимость своей роли в сохранении природы и активно участвуют в мероприятиях по улучшению своего экологического следа. Важно отметить, что данное положение может служить примером для других отраслей, поощряя их также принимать более активное участие в вопросах КЭО.

Таким образом, результаты исследования подчеркивают необходимость дальнейших шагов в направлении укрепления КЭО в металлургической промышленности России, что способствует развитию отрасли и соответствует глобальным вызовам по сохранению окружающей среды.

Список литературы

1. Божко И. Корпоративное гражданство как составляющая устойчивого развития бизнеса и региона // Устойчивый бизнес. – 2015. – URL: <http://csrjournal.com/12931-korporativnoe-grazhdanstvo-kak-sostavlyayushhaya-ustojchivogo-razvitiyabiznesa-i-regiona.html> (дата обращения: 10.01.2020).

2. *Matveeva E. V.* Корпоративное гражданство как философия социально ответственного бизнеса: новый уровень развития // *Актуальные проблемы экономики и права.* – 2014. – № 2. – С. 49–54.

3. *Matova N. I., Mishulina S. I.* Социально-экологическая ответственность бизнеса: сущность, факторы формирования, особенности проявления // *Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика.* – 2020. – Т. 22. – № 3. – С. 123–137.

4. *Mishulina S. I.* Сущность «зеленого» туризма // *Регионы России в новых экономических условиях : материалы научно-практической конференции.* – Сочи : СНИЦ РАН, 2016. – С. 75–84.

5. *Banerjee S. B.* Corporate Environmentalism. The Construct and its Measurement // *Journal of Business Research.* – 2002. – Vol. 55. – P. 177–191.

6. *Freeman R. E.* Strategic Management: A Stakeholder Approach. – Boston : Pitman Publishing, 1984.

7. *He M., Chen J.* Sustainable Development and Corporate Environmental Responsibility: A Comparative Study of Chinese and Multinational Corporations // *3rd IEEE Conference on Industrial Electronics and Applications.* – Singapore, 2008. – P. 1674–1679.

8. *Holtbrugge D., Dogl C.* How International is Corporate Environmental Responsibility? A Literature Review // *Journal of International Management.* – 2012. – Vol. 18 (2). – P. 180–195.

9. *Porter M. E., Kramer M. R.* Creating Shared Value // *Harvard Business Review.* – 2011. – Vol. 89. – N 1-2. – P. 62–77.

References

1. Bozhko I. Korporativnoe grazhdanstvo kak sostavlyayushchaya ustoychivogo razvitiya biznesa i regiona [Corporate Citizenship as a Component of Sustainable Development of Business and Region]. *Ustoychivyy biznes* [Sustainable business], 2015. (In Russ.). Available at: <http://csrjournal.com/12931-korporativnoe-grazhdanstvo-kak-sostavlyayushchaya-ustoychivogo-razvitiyabiznesa-i-regiona.html> (accessed 10.01.2020).

2. Matveeva E. V. Korporativnoe grazhdanstvo kak filosofiya sotsialno otvetstvennogo biznesa: novyy uroven razvitiya [Corporate Citizenship as Philosophy of Socially Responsible Business: New Level of Development]. *Aktualnye problemy ekonomiki i prava* [Acute Problems of Economics and Law], 2014, No. 2, pp. 49–54. (In Russ.).

3. Matova N. I., Mishulina S. I. Sotsialno-ekologicheskaya otvetstvennost biznesa: sushchnost, faktory formirovaniya, osobennosti proyavleniya [Social and Ecologic Responsibility of Business: Essence, Factors of Shaping, Features of Arising]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika* [Bulletin of the Volgograd State University. Economics], 2020, Vol. 22, No. 3, pp. 123–137. (In Russ.).

4. Mishulina S. I. Sushchnost «zelenogo» turizma [The Essence of 'Green' Tourism]. *Regiony Rossii v novykh ekonomicheskikh usloviyakh: materialy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Regions of Russia in New Economic Situation: materials of the Conference]. Sochi, SNITS RAN, 2016, pp. 75–84. (In Russ.).

5. Banerjee S. B. Corporate Environmentalism. The Construct and its Measurement. *Journal of Business Research*, 2002, Vol. 55, pp. 177–191.

6. Freeman R. E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston, Pitman Publishing, 1984.

7. He M., Chen J. Sustainable Development and Corporate Environmental Responsibility: A Comparative Study of Chinese and Multinational Corporations. *3rd IEEE Conference on Industrial Electronics and Applications*. Singapore, 2008, pp. 1674–1679.
8. Holtbrugge D., Dogl C. How International is Corporate Environmental Responsibility? A Literature Review. *Journal of International Management*, 2012, Vol. 18 (2), pp. 180–195.
9. Porter M. E., Kramer M. R. Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 2011, Vol. 89, No. 1-2, pp. 62–77.

Сведения об авторе

Иван Александрович Костылев
аспирант кафедры экономики и управления
Череповецкого государственного университета.
Адрес: ФГБОУ ВО «Череповецкий
государственный университет»,
162600, Вологодская обл.,
Череповец, проспект Луначарского, д. 5.
E-mail: kost977273@yandex.ru

Information about the author

Ivan A. Kostylev
Post-Graduate Student of the Departments
for Economics and Management
of the Cherepovets State University.
Address: Cherepovets State University,
5 Lunacharsky Avenue, Cherepovets,
Vologda region, 162600, Russian Federation.
E-mail: kost977273@yandex.ru