

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОВОДИТСЯ КОМПАНИЯМИ:



КРУПНЫЙ БИЗНЕС И ОБЩЕСТВО:

репутация, социальная ответственность, влияние на экологию

27% опрошенных считает, что крупный бизнес приносит обществу больше пользы, **30%** - больше вреда

48% считают крупные компании хорошим работодателем

67% опрошенных считают, что нельзя руководить крупной компанией, владеть крупной собственностью честно, не нарушая законов, ничего не скрывая и никого не обманывая

40% опрошенных считает крупные компании современными

КОНТАКТЫ ДЛЯ ПОДПИСКИ:
[HTTPS://T.ME/SOCIOCRISIS](https://t.me/sociocrisis)
PLTF.RU / INFO@PLTF.RU
OMIRUSSIA.RU / ZAPROS@OMIRUSSIA.RU

Цель исследования – оценить сложившуюся среди российского населения **репутацию крупного бизнеса**

- Каковы **ключевые стереотипы**, сложившиеся в отношении крупного бизнеса?
- Является ли в восприятии общества крупный бизнес **источником национального развития**?
- Каков **социальный запрос** к крупному бизнесу?

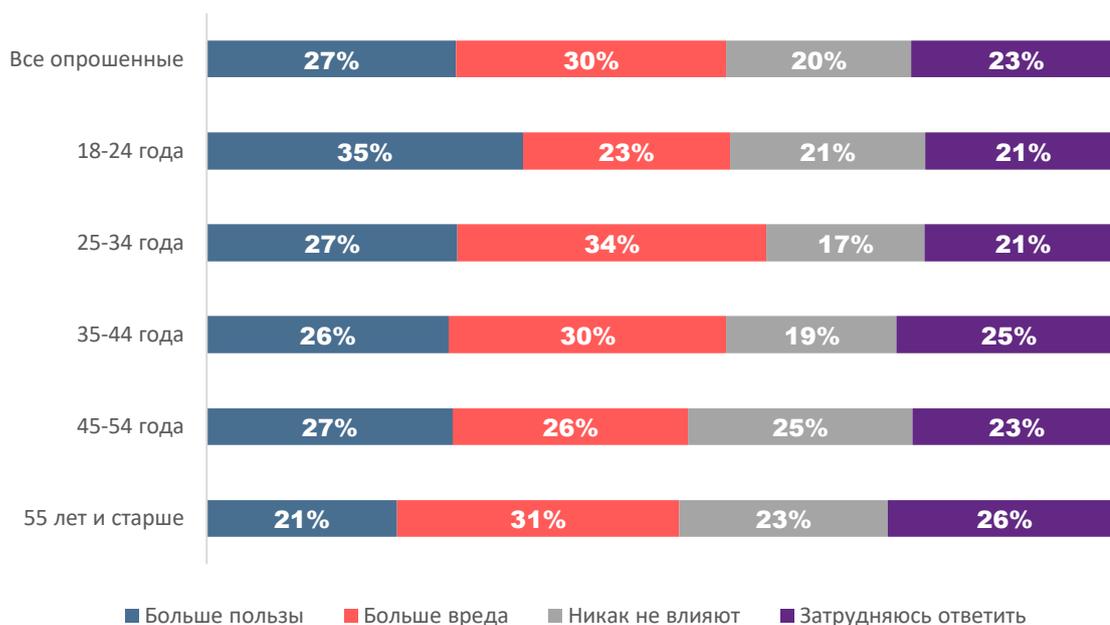
Эти и другие вопросы рассмотрены в докладе на основе опроса населения¹.

ВЛИЯНИЕ КРУПНОГО БИЗНЕСА НА ОБЩЕСТВО

В общественном мнении сложился сложный противоречивый образ крупного бизнеса, сочетающий сильные и слабые стороны. Крупные компании привлекательны для соискателей, экономически эффективны. Однако основные сложности – в развороте к общественным интересам, открытости, экологической ответственности.

При том, что крупные компании составляют основу российской экономики, весомая (30%) доля опрошенных полагает, что их деятельность приносит больше вреда, чем пользы или никак не влияет на их жизнь (20%).

Как вы считаете, деятельность крупного бизнеса приносит населению страны больше пользы, больше вреда или никак не влияет на их жизнь? (% опрошенных)



Основные источники позитивной оценки роли компаний связаны с бизнес-деятельностью – это создание рабочих мест и налоговые поступления. Социальные инвестиции, благотворительность оказываются на этом фоне менее заметными.

Основные источники критики – несправедливость распределения богатства в обществе, негативное влияние на малый бизнес, угрозы для экологии.

¹ Онлайн-опрос, проведенный на базе панели OMI: 1000 респондентов в возрасте 18 лет и старше, проживающих в городах с населением 100 000 человек и более. Период проведения: октябрь 2021 года.

В чем основная польза от деятельности крупного бизнеса?

% от тех, кто считает, что деятельность крупного бизнеса приносит населению страны больше пользы, чем вреда

В чем основной вред от деятельности крупного бизнеса?

% от тех, кто считает, что деятельность крупного бизнеса приносит населению страны больше вреда, чем пользы

Создание рабочих мест	85%	Несправедливое распределение богатства, неравенство	51%
Налоговые поступления в бюджет	49%	Препятствие развитию малого и среднего бизнеса	32%
Развитие новых технологий, усиление индустриальной мощи страны	19%	Негативное влияние на экологию	31%
Производство качественных товаров, услуг	15%	Монополизация экономики	28%
Вложения в благоустройство городов, строительство социальных объектов	10%	Влияние на политику	26%
Благотворительность, помощь людям в тяжелой жизненной ситуации	6%	Закрепление сырьевого характера экономики	10%
Спонсорская помощь – поддержка образования, науки, искусства, спорта	5%	Негативное влияние на рынок труда	10%

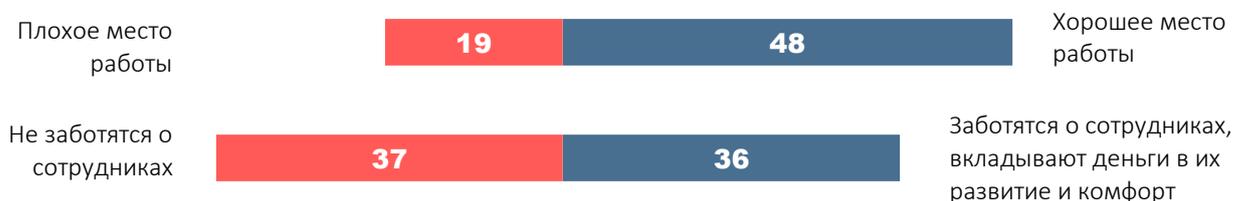
Эти аспекты репутации бизнеса далее рассмотрены подробнее.

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ РАБОТОДАТЕЛЬ С НЕОДНОЗНАЧНОЙ РЕПУТАЦИЕЙ

Крупный бизнес – в первую очередь – работодатель, которого выделяет стабильность, надежность. Для относительного большинства опрошенных это привлекательное место работы (48%). Однако в оценке заботы работодателя о сотрудниках опрошенные разделились поровну, при этом значительна доля тех, кто затруднился с ответом. Вероятное объяснение привлекательности даже при низкой оценке заботы о сотрудниках – большая стабильность крупных компаний.

Какая из характеристик больше подходит для описания крупных бизнес-структур в России?

(% опрошенных)



Также в современных обществах декларируется, что состав бизнес-элит определяется критериями эффективности и конкуренции. Большинство опрошенных (52%) пока видят продвижение в крупных компаниях функцией связей, против 26%, считающих, что для успеха достаточно таланта и трудолюбия.

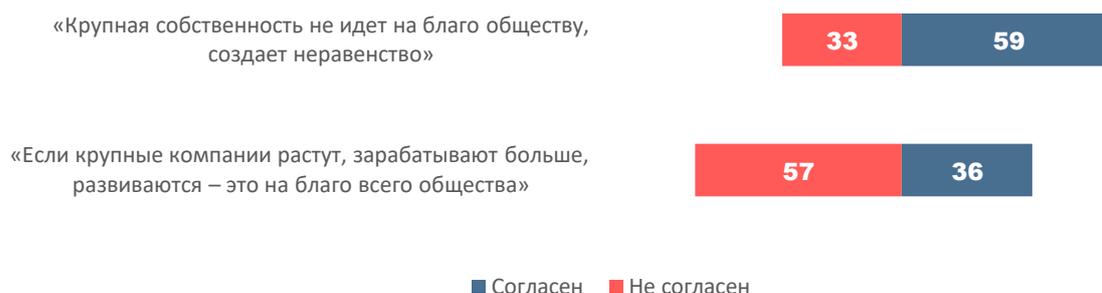
КРУПНЫЙ БИЗНЕС И СОЦИАЛЬНАЯ СПРАВЕДЛИВОСТЬ

Сегодня эксперты говорят о развитии антикапиталистического тренда: в развитых странах большинство людей не верит в то, что жизнь их детей будет лучше, чем их собственная², по данным международного мониторинга Edelman Trust Barometer, 56 % опрошенных в 28 странах считают, что капитализм в нынешней форме приносит больше вреда, чем пользы³. Среди 28 стран, участвовавших в мониторинге в 2020 г., Россия по уровню доверия институтам, включая бизнес, заняла последнее место.

Сегодня в крупном капитале и росте крупного бизнеса большинство видит вред для общества в целом. Выделяется лишь когорта 18–24-летних, которые разделились поровну в оценках социальной справедливости крупного капитала.

Одна из фундаментальных причин такого отношения – явное социальное неравенство, существование значительных диспропорций в потреблении.

Насколько вы согласны или не согласны со следующими высказываниями?

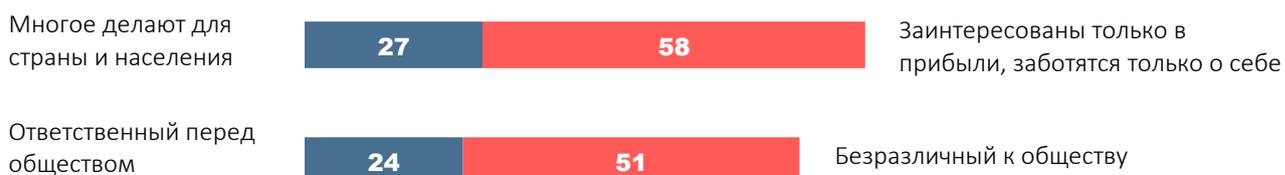


ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПЕРЕД ОБЩЕСТВОМ

Крупный бизнес воспринимается большинством опрошенных как отстраненная от общества сущность, не несущая ответственности и не вносящая вклада. Несмотря на социальные инвестиции и благотворительные программы бизнеса, он выглядит эгоистичным.

Какая из характеристик больше подходит для описания крупных бизнес-структур в России?

(% опрошенных)



² Victor Pinchuk Foundation. The Governance for Happiness. Global Survey Results. 2019. URL: https://yes-ukraine.org/files/pdf/Happiness_report_2019.pdf (дата обращения: 12.12.2020).

³ Edelman Trust Barometer. Global Report. 2020. URL: <https://edl.mn/2NOWltm> (дата обращения: 12.12.2020).

Можно сделать предположение, что проблема – в репутации социальных инвестиций бизнеса. Большинство опрошенных социальные проекты расценивают как форму маркетинга, а не выражение ценностей и желания помогать другим со стороны менеджмента.

Сегодня многие крупные компании занимаются благотворительными и социальными проектами. На ваш взгляд, они делают это в большей степени... (% опрошенных)

Чтобы поучаствовать в жизни общества, помочь	20%
Ради саморекламы	62%
Другое: самый популярный вариант – ради оптимизации налогов	7%
Затрудняюсь ответить	12%

ЛИДЕРЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Лидерами списка оказываются компании, которые наиболее заметны населению:

- имеют широкую рекламу своего бренда и своих социальных инвестиций («Газпром», «Сбербанк»);
- находятся во взаимодействии с большим числом потребителей (Сбербанк, Макдональдс, РЖД, X5Retail и др.).

Также выделяются компании, в которых государство является основным акционером («Газпром», «Сбербанк», в меньшей степени «Роснефть»).

По секторам лидируют:

- нефть и газ («Газпром», ЛУКОЙЛ, «Роснефть», «Газпром нефть»); индустриальные компании, помимо углеводородного сектора, представлены в списке только сектором цветной металлургии («Норникель», «Русал»);
- финансовые и инфраструктурные компании («Сбербанк», РЖД);
- продуктовый ритейл, ресторанный бизнес (X5, включая торговые сети «Пятёрочка» и «Перекрёсток», «Макдональдс», «Магнит»).

Знаете ли вы какие-либо крупные компании в России, которые реализуют благотворительные и социальные проекты? Если да, назовите компании, которые помните.

Газпром	16%	Подари жизнь	
Сбербанк	5%	Avon	
Лукойл	4%	INTERNATIONAL PAPER	0,7%
Роснефть	3%	Норникель	
Макдональдс		Русал	
РЖД	1%	Магнит	0,6%
X5 Retail		Splat	
Amway		Газпромнефть	
Яндекс		Русфонд	0,5%
IMAX	0,8%	Транснефть	
CROWD 1		Тинькофф	
Natura Siberica		Не знаю/Нет ответа	37%
Signify			

СОЦИАЛЬНЫЙ ЗАПРОС К БИЗНЕСУ

Запрос на участие бизнеса в общественной жизни касается всех аспектов – решения текущих проблем и работы на раскрытие потенциала общества, заботы об окружающей среде и, в меньшей степени, поддержки уязвимых групп.

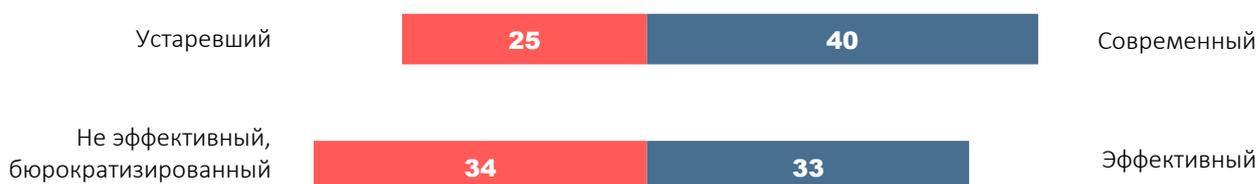
Какие вы считаете, какие из программ помощи со стороны бизнеса были бы наиболее нужны в вашем городе? (% от всех опрошенных)

Поддержка уязвимых категорий населения	Развитие потенциала общества
29% помощь малоимущим	46% развитие детей и молодежи, поддержка образования
	14% развитие спорта
	12% развитие культуры
	16% поддержка молодых предпринимателей, компаний с новыми идеями
	10% помощь малому бизнесу

Базовые проблемы социальной сферы и городская среда	Окружающая среда
55% укрепление здоровья населения, развитие медицины	40% забота об экологии
38% благоустройство городов	

СОВРЕМЕННЫЙ, НО ЗАКРЫТЫЙ И НЕ ВСЕГДА ЧЕСТНЫЙ

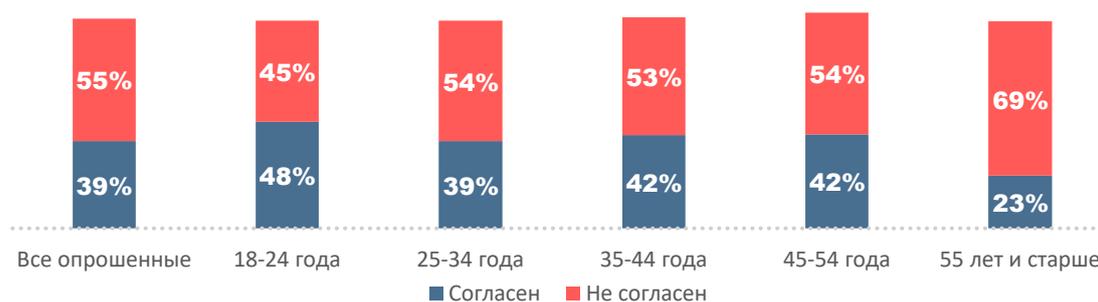
К позитивным чертам крупного бизнеса относится современность. При этом существуют стереотипы о крупных компаниях, которым свойственна излишняя бюрократизация.



Убежденность в том, что крупные капиталы нажиты не честным путем, возникли не из таланта и трудолюбия, по-прежнему укоренена в общественном мнении⁴.

⁴ О распространенности этого убеждения в российском обществе писали исследователи общественного мнения в 90-е, 2000-е гг. и в середине 2010-х. См., например, <https://www.levada.ru/2014/11/05/rossiyane-o-biznese-i-biznesmenah/>

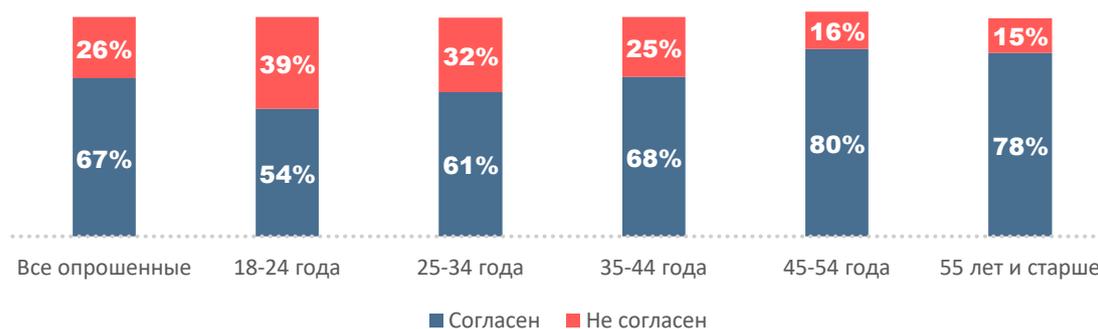
Насколько вы согласны или не согласны со следующими высказываниями? «Крупные компании в России возникли из таланта, деловой хватки, трудолюбия предпринимателей» (% опрошенных)



При этом старшее поколение чаще скептически оценивает честность ведения крупного бизнеса и историю его возникновения. На этом может, можно предположить, сказываться широкая дискуссия периода приватизации, которая до сих пор имеет отголоски в информационном поле (хотя далеко не все современные крупные компании имеют опыт приватизации).

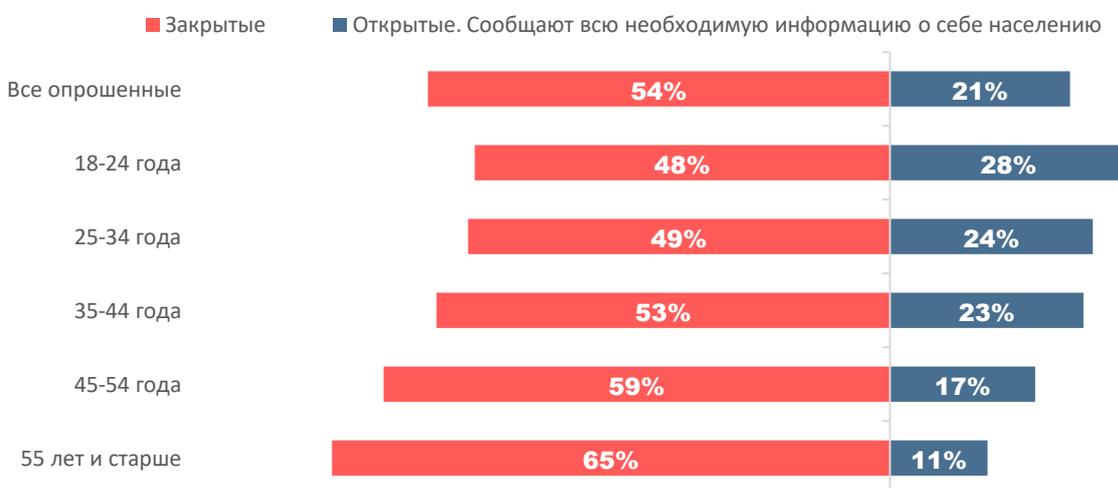
Далее также видно, что оценки честности бизнеса тем выше, чем моложе респонденты.

Насколько вы согласны или не согласны со следующими высказываниями? «Нельзя руководить крупной компанией, владеть крупной собственностью честно, не нарушая законов, ничего не скрывая и никого не обманывая» (% опрошенных)



Также в значительной мере негативные реакции на крупный бизнес связаны с тем, что компании представляются закрытыми структурами, непрозрачными для внешней среды.

Какая из характеристик больше подходит для описания крупных бизнес-структур в России? (% опрошенных)

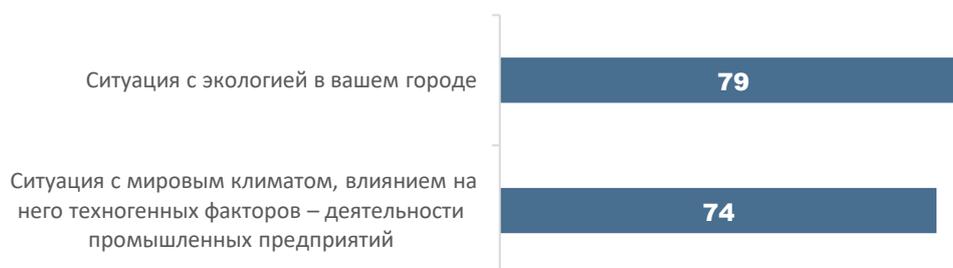


ВНИМАНИЕ К ЭКОЛОГИЧЕСКИМ ПРОБЛЕМАМ И ВЛИЯНИЕ БИЗНЕСА

Экологическая ситуация в непосредственном окружении человека беспокоит его несколько больше, чем мировой климат, однако при этом общество в целом уже широко затронуто климатической повесткой.

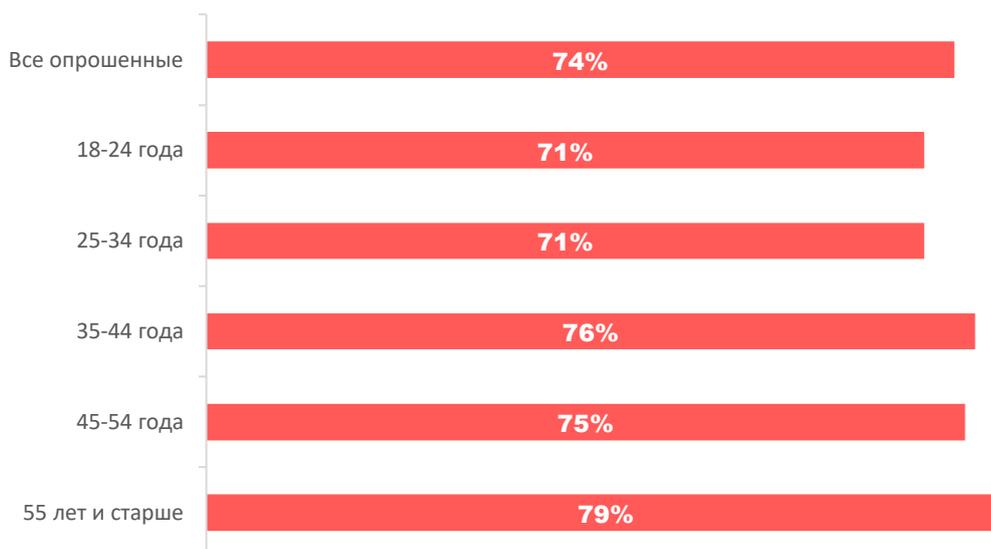
Поговорим об экологии и климате. Насколько вас лично беспокоит или не беспокоит?

(% опрошенных, варианты ответа «очень беспокоит» и «скорее беспокоит»)



Обеспокоенность экологической ситуацией примерно в равной степени распространена в разных возрастных группах. Это – тема, объединяющее общество.

Насколько вас беспокоит ситуация с мировым климатом, влиянием на него техногенных факторов – деятельности промышленных предприятий?



Население в большей мере склонно видеть источники вреда экологии, с одной стороны, в индустриальном сегменте, с другой – в скапливаемом мусоре. При этом данные статистики указывают на значительно больший вклад автотранспорта в загрязнение в мегаполисах.

Можно предположить, что на восприятие населения влияет информационный фон – громкие события об авариях и утечках, общественный резонанс по поводу мусорных свалок. При этом «вклад» автотранспорта – повседневная и не привлекающая внимания вещь.

В целом экологический образ крупного бизнеса скорее негативен: **54%** опрошенных согласны с тем, что крупные компании не заботятся об экологии, сохранении окружающей среды (против **27%** опрошенных, согласных с тем, что компании уделяют внимание экологии).

Что на ваш взгляд оказывает наибольшее негативное влияние на экологию в нашей стране?
(% опрошенных)



Вклад промышленности

Категория	Процент
Все опрошенные	38%
Москва	35%
Санкт-Петербург	26%
Города 1 млн + (без Москвы и СПб)	47%
Города 500 тыс – 1 млн	38%
Города 250–500 тыс	43%
Города 100–250 тыс	33%

ОБРАЗ КРУПНОГО БИЗНЕСА И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ

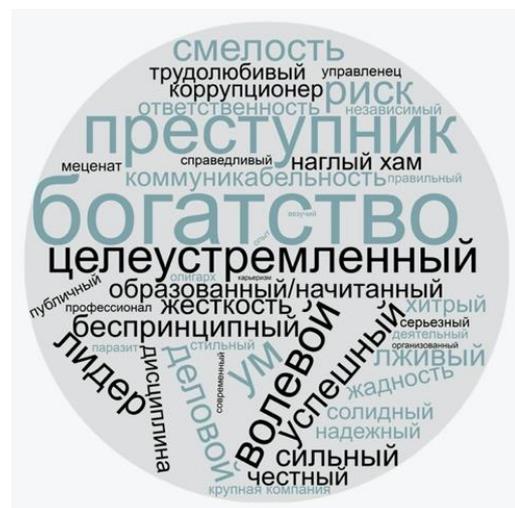
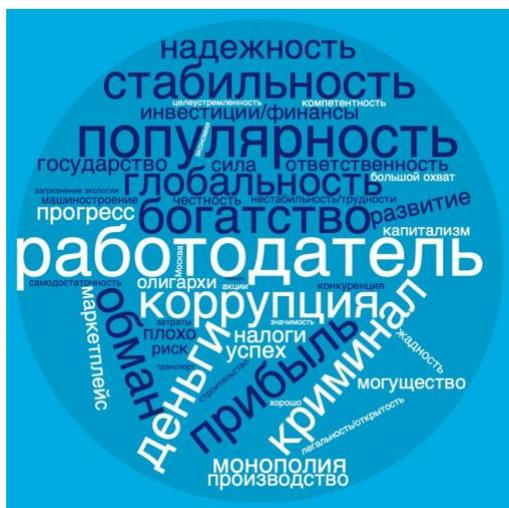
В общественном мнении сложился сложный, многосоставной образ крупного бизнеса: стабильность, масштаб, современность, привлекательность для трудоустройства; при этом – дистанцированность от общества, закрытость, негативное влияние на экологию, ассоциация с социальной несправедливостью.

В обобщенном образе бизнеса на первый план выходит связь богатства с неэтичностью («обман», «преступник»), с одной стороны, и с волевыми качествами, предприимчивостью («целеустремленность», «волевой»), с другой.

Какие характеристики первыми приходят в голову, когда мы говорим о крупном бизнесе в России?

Какие характеристики больше подходят для описания образа крупного предпринимателя, бизнесмена?

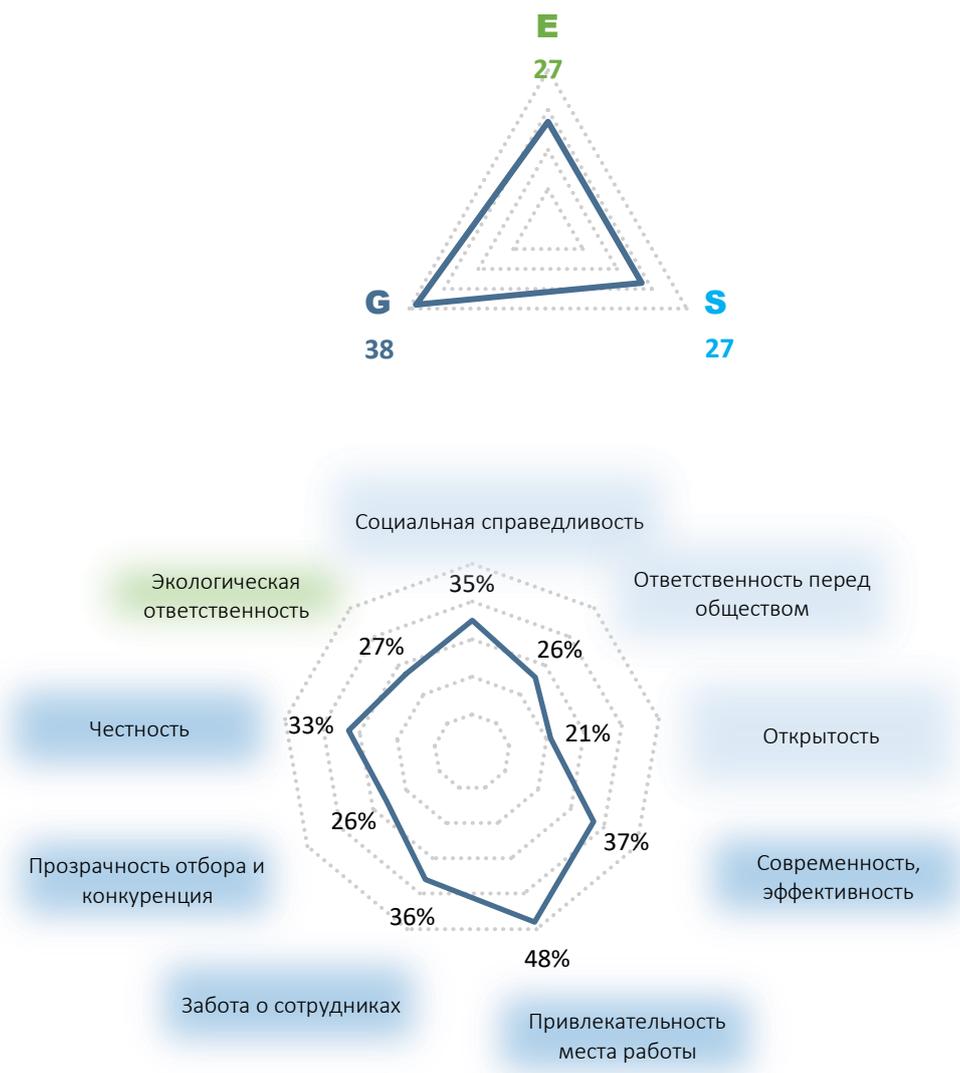
(на основе ответов на открытый вопрос; размер шрифта отражает частоты, с которой понятие использовалось респондентами)



В последние годы развивается общественный запрос на бизнес нового типа – заботящийся не только о финансовых показателях. Принципы устойчивого развития (или ESG – environment (окружающая среда), social (влияние на общество), governance (качество корпоративного управления)) становятся значимым критерием оценки бизнеса со стороны инвесторов, покупателей, общества в целом.

Частично российский крупный бизнес соответствует этому запросу. Но наиболее слабая сторона ESG-репутации крупного бизнеса – экологическая ответственность, вопросы социальной справедливости и открытости.

Карта ESG-факторов. Индекс посчитан на основе серии вопросов о социальной, экологической ответственности бизнеса и его влиянии на окружающую среду. Индекс варьируется от 0 (*низкое значение, качество не выражено*) до 100 (*высокое значение, качество выражено*)



О ПРОЕКТЕ

Инициативный исследовательский проект

Инициаторы – исследовательские компании:

OMI (Online Market Intelligence) – специализируется на интернет-исследованиях с собственной онлайн-панелью респондентов в России, Украине, Казахстане и Беларуси численностью более 1 000 000 человек. Сертифицирована по стандарту ISO 20252:2019 «Маркетинговые исследования». На рынке с 2008 года. Сайт: omirusia.ru

Центр социального проектирования «Платформа» – специализируется на исследованиях и консалтинге в области общественных и корпоративных процессов, резонансных ситуаций, территориального развития, а также на организации экспертных взаимодействий. На рынке с 2015 года. Сайт: pltf.ru