

УДК 330.342.24:502.171 © Е.Е. Жернов✉, Н.В. Осокина, 2024

UDC 330.342.24:502.171 © E.E. Zhernov✉, N.V. Osokina, 2024

ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный
технический университет им. Т.Ф. Горбачева»,
650000, г. Кемерово, Россия
✉ e-mail: zhee.eti@kuzstu.ru

Gorbachev Kuzbass State Technical University (KuzSTU),
Kemerovo, 650000, Russian Federation
✉ e-mail: zhee.eti@kuzstu.ru

Репутационная рента угледобывающей компании: сущность и приращение под влиянием ESG-фактора

Reputational rent of a coal mining company: the essence and increment under the impact of the ESG factor

DOI: <http://dx.doi.org/10.18796/0041-5790-2024-11-29-33>

В статье раскрыта сущность репутационной ренты и показан рост ее значения для угольной компании в связи с распространением в бизнесе концепции ESG. Установлено приращение репутационной ренты ресурсодобывающей компании за счет ESG-фактора, вобравшего прогрессивные идеи экономики доверия, устойчивого развития, управления талантами, знаниями и этического управления. Его учет позволяет дополнить рентную систему положительным образом. Получаемую современной ресурсодобывающей компанией репутационную ренту следует расценивать как положительное явление и учитывать в репутационных рейтингах. В этом случае рентная система явится одной из важных предпосылок динамичного социально-экономического развития не только компании, но и региона ее хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: доверие, репутация, рента, угольная компания, нематериальные активы, репутационный менеджмент, концепция ESG.

Для цитирования: Жернов Е.Е., Осокина Н.В. Репутационная рента угледобывающей компании: сущность и приращение под влиянием ESG-фактора // Уголь. 2024;(11):29-33. DOI: 10.18796/0041-5790-2024-11-29-33.

Abstract

The article discloses the essence of the reputational rent and shows the rise of its importance for a coal mining company due to spreading of the ESG concept in business. The paper identifies an increase in the reputational rent of a resource-mining company due to the ESG-factor, which incorporates the progressive ideas of the economy of trust, sustainable development, as well as the talent, knowledge and ethical management. Its accounting allows to supplement the rent system in a positive way. The reputational rent received by a modern resource-mining company should be regarded as a positive phenomenon and needs to be taken into account in the reputation ratings. In this case, the rent system will become one of the important prerequisites for a rapid social and economic development not only of the company, but also of the region where it operates.

ЖЕРНОВ Е.Е.

Канд. экон. наук, доцент,
заведующий кафедрой экономики
КузГТУ им. Т.Ф. Горбачева,
650000, г. Кемерово, Россия,
e-mail: zhee.eti@kuzstu.ru

ОСОКИНА Н.В.

Доктор экон. наук, профессор,
профессор кафедры экономики
КузГТУ им. Т.Ф. Горбачева,
650000, г. Кемерово, Россия,
e-mail: onv.eti@kuzstu.ru

Keywords

Trust, reputation, rent, coal company, intangible assets, reputation management, ESG concept.

For citation

Zhernov E.E., Osokina N.V. Reputational rent of a coal mining company: the essence and increment under the impact of the ESG factor. *Ugol'*. 2024;(11):29-33. (In Russ.). DOI: 10.18796/0041-5790-2024-11-29-33.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы работы обусловлена необходимостью становления репутационного характера экономики ресурсодобывающих компаний в парадигме экономики доверия [1]. Эта парадигма особенно востребована в обществе в период сложного нынешнего кризиса: обманутое доверие ведет к его полной утрате, а порой и к вражде. В такой экономике управление репутацией обеспечивает компании возможность получения дополнительной экономической выгоды, а обществу, выдавшему фирме кредит доверия, – требуемых социально-экономических благ. Поскольку феномену репутации присущи кумулятивный и инерционный эффекты, компании, стабильно занимающие высокие места в репутационных рейтингах, более устойчивы к финансово-экономическим кризисам. Дефицит же доверия провоцирует и усугубляет такие кризисы.

В отчете Всемирного экономического форума 2020 г. указано на дефицит доверия как на основной будущий риск для горнодобывающей отрасли [2]. Обладание положительной деловой репутацией поможет горнодобывающим компаниям заслужить доверие в обществе.

Фундамент исследования составляют теория коллективных репутаций нобелевского лауреата по экономике 2014 г. Ж. Тироля и теория репутации Ф. Кидланда и Э. Прескотта, лауреатов Нобелевской премии по экономике 2004 г. Для большой организации Ж. Тироль предложил формализованную аналитическую модель коллективной репутации. В ней репутация группы есть совокупность репутаций отдельных членов – социальный объект, возникающий в результате комплексных коммуникационных взаимодействий. Математическая модель описывает такие экономические понятия, как репутация, качество, честное поведение [3].

С 1 января 2009 г. Центральный банк РФ ввел деловую репутацию в российские стандарты учета в составе нематериальных активов. И теперь репутация в бизнесе – часть нематериальных активов фирмы, так называемого корпоративного гудвилла (*англ. goodwill*), имеющего стоимостную оценку. «Деловая репутация» и / или «корпоративная репутация» – репутация любой организационной системы. В определении деловой репутации правильным видится предложение совместить два существенных момента:

- общее мнение об организации в сфере делового оборота;
- способность приносить сверхнормативную прибыль [4, с. 91]. Вся прибыль сверх какой-то определенной нормы и есть рента.

Сегодня понятие «деловая репутация» все больше сближается с понятиями «социальная ответственность», «эко-

логически ответственное поведение», «ответственное корпоративное управление» концепции ESG – новой своей комплексностью для угольных компаний философии бизнеса в области экологии, социального развития и корпоративного управления. Предполагается, что следование концепции ESG в долгосрочной перспективе улучшит деловую репутацию угольной компании [5].

Цель статьи – раскрыть сущность репутационной ренты и показать рост ее значения для угольной компании в связи с распространением в бизнесе концепции ESG.

РЕПУТАЦИОННАЯ РЕНТА И ESG-СИСТЕМА УГОЛЬНОЙ КОМПАНИИ

В экономике доверия фирмам выгодно поддерживать на высоком уровне свою деловую репутацию. В соответствии с теорией самовыполняющихся соглашений, основанной на концепции репутации, «честность продавца» рассматривается как экономическое понятие – честность окупается [6, с. 305]:

$$\left(\frac{1+i}{i}\right)(p_1 - c_1) \geq p_1 - c_0 \tag{1}$$

или

$$p_1 - c_1 \geq i(c_1 - c_0), \tag{2}$$

где p_1 – цена единицы продукта высокого качества; c_1 – издержки производства единицы продукта высокого качества; i – рыночная ставка процента; c_0 – издержки производства единицы продукта низкого качества.

Окупаемость честности – необходимое условие незапятнанности репутации, или иначе, условие репутационного равновесия [7]. Последнее – это устойчивое положение фирмы-продавца во времени, когда она постоянно поддерживает высокое качество своего товарного продукта и тем самым всегда оправдывает ожидания покупателей.

Время играет важную роль в рассматриваемых процессах – «репутация по самой своей сути является динамическим понятием» [6, с. 302]. Снижая на момент t качество, продавец экономит на издержках производства ($c_1 - c_0$). При этом он теряет свою репутационную ренту [6, с. 305]:

$$(p_1 - c_1)(\delta + \delta^2 + \delta^3 + \dots) = \left(\frac{p_1 - c_1}{i}\right), \tag{3}$$

где δ – коэффициент дисконтирования, равный

$$\delta = \left(\frac{1}{1+i}\right). \tag{4}$$

Итак, условие репутационного равновесия состоит в экономической окупаемости, честности производителя и качестве продукции. Следовательно, высококачественная продукция должна давать производителю премию, которую рассматривают как экономическую отдачу от его репутации или как поощрительную плату за сохранение им качества. Данная премия получила в экономической науке название репутационной ренты. Иными словами, «репутационная рента – прибавка к цене, которую получает продавец, следующий честной стратегии поведения на рынке» [8]. В стоимостном виде репутационная рента фирмы ($P_{\text{рен}}$) определяется по формуле:

$$P_{\text{рен}} = (p_1 - c_1) / i. \quad (5)$$

Таким образом, условиями получения фирмой непрерывного потока репутационного рентажного дохода являются поставки продукции высокого качества, отражаемого в цене, неизменное желание потребителей покупать ее продукцию и оптимизация издержек на создание репутации. Так, например, основной продукт угольного сегмента крупнейшей интегрированной «Сибирской угольной энергетической компании» (СУЭК) – высококалорийный уголь с низким содержанием золы, серы и азота. Уголь как товарный продукт имеет свои особенности [9].

Меры обеспечения высокого качества продукции СУЭК:

- инвестиции в разработку месторождений высококачественного угля и расширение мощностей обогатительных фабрик;
- разработка инновационных технологий глубокой переработки и производства бездымных брикетов;
- постоянное совершенствование системы контроля качества;
- использование механизированных методов отбора и подготовки образцов продукции. Вся реализуемая продукция проходит добровольную сертификацию. К каждой отгруженной партии выпускается удостоверение качества, подтверждающее требуемые договорные характеристики.

СУЭК преимущественно заключает контракты напрямую с теми, кто использует ее продукцию, чтобы исключить необоснованное увеличение цен при перепродаже и способствовать ответственному использованию ее продуктов [10, с. 101].

Как издержки на создание репутации может быть интерпретирована разность $(c_1 - c_0)$ в формуле (2). Сегодня на угледобывающих предприятиях в их состав включают затраты на экологию, растущие при декарбонизации экономики; затраты на социальные проекты, возросшие в условиях пандемии COVID-19.

Соответственно растут затраты предприятий на репутационный менеджмент, от исполнителей которого требуется настоящее искусство. Решаемые вопросы касаются доверия, уважения потребителя к компании, социально-экономического восприятия ее деятельности в части инноваций, продуктов, условий труда, управления, эффективности и ответственности. Внимание уделяют также поддерживающему поведению потребителей, включая согласие покупать товар компании.

По секторам бизнеса репутация складывается следующим образом: «первое место – за автомобильным сектором, за ним следуют потребительские товары и высокие технологии. На последних местах – финансы, транспорт и энергетика» [11]. Мировое сообщество приняло решение к 2050 г. отказаться от добычи угля и угольной генерации, использования угля в металлургии, так называемого карбонового следа. Одним из инструментов выполнения этого решения является углеродный налог, вводимый с 2023 г. ЕС на импортную продукцию с большими выбросами парниковых газов. «По разным оценкам, нашим предприятиям не только придется сократить экспорт угля, но и внести в бюджет ЕС от 6 до 50 млрд евро ежегодно» [12]. Ны-

нешний энергетический кризис в Европе ставит под сомнение целесообразность этой меры ЕС.

Спрогнозировать перспективы развития бизнеса с учетом всех реалий на практике помогает менеджерам реализация концепции ESG. Многие консалтинговые и исследовательские организации выделяют это направление в качестве одного из ведущих факторов, влияющих на развитие бизнеса. Следование новым трендам в экономике и менеджменте неизбежно отражается на репутации компании. В этом случае владелец ESG-фактора получает за его счет приращение репутационной ренты $\Delta P_{\text{рен}}^{ESG}$. Тогда репутационная рента компании, использующей ESG-фактор, будет равна:

$$P_{\text{рен}}^{ESG} = P_{\text{рен}} + \Delta P_{\text{рен}}^{ESG}. \quad (6)$$

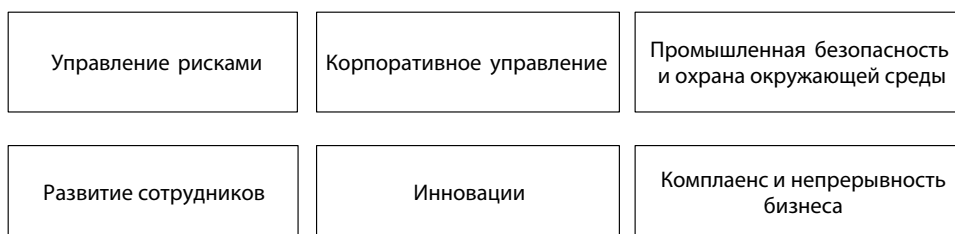
Принципов ESG придерживается СУЭК, развивая в этой сфере свою систему (см. рисунок).

Следует понимать, что репутацию фирмы создают действия, поступки ее конкретных сотрудников в определенных сферах деятельности, объединенных на рисунке в шесть групп. Вместе с тем репутация фирмы и сумма репутаций работников не конгруэнтны: они не совпадают полностью друг с другом по разным причинам, в том числе по социально-экономическим. Так, согласно опросу международной рекрутинговой компании ANCOR, 50% российских соискателей заявили, что не стали бы работать в компании с плохой репутацией, даже при более высокой заработной плате [13]. В условиях дефицита кадров, особенно молодых, работодателям следует учитывать этот факт.

В случае работы на репутацию рентаориентированное поведение фирмы следует оценивать положительно. Ведь конструктивные усилия коллектива осознанно сосредоточены на участии в рыночном перераспределении ресурсов: преследуемая здесь цель – заслуженно получить создаваемый таким путем доход в виде ренты. Рентаориентированное поведение компании в этом случае не имеет негативной коннотации природно-ресурсной ренты (деструкция доверия, честности, безусловного выполнения контрактных обязательств) в плане его влияния на развитие регионального социума и экономики. Репутационная рента – инструмент разумного понуждения компании к социализации бизнеса и экономики в целом [14]. Ее можно рассматривать как «эффективную» ренту, которая порождает стимулы к поведению, способствующему росту общей эффективности экономики в экосистемах всех уровней [15]. Ее материализация будет способствовать трансформации природной ренты в интеллектуальную ренту, а значит, преобразованию зависимой сырьевой экономики в суверенную интеллектуальную экономику.

Использование ESG-менеджмента позволило уточнить принципы управления репутационной рентой:

1. Организация новых управленческих условий, обеспечивающих создание, накопление репутации и использование ее результатов.
2. Влияние внутрифирменного управления на величину используемой во благо работников репутационной ренты фирмы и отдельно на абсорбцию и сохранение репутации.
3. Развертывание процедур использования репутационной ренты по трем направлениям: экологическому, соци-



ESG-система СУЭК [10, с. 25]

The ESG System, SUEK [10. p.25]

альному, управленческому, что будет способствовать созданию системы многоцелевого и многоуровневого доверия.

Классические функции управления (планирование, организация, мотивация и контроль) следует по-новому, в свете ESG-менеджмента, применить к управлению репутационной рентой для его дальнейшего развития в период кризиса в контексте вопросов репутационных издержек и добросовестной конкуренции. При этом надо помнить про особенности духовного производства репутации. Сначала предприниматель работает на репутацию, потом репутация работает на предпринимателя, обеспечивая ему даровую часть ренты в системе видов ренты на территории присутствия [16].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изучение сущности и проблем создания репутационной ренты угольной компании имеет научное значение для развития теории рентных отношений в региональной экономике и концепции репутационного менеджмента компании в условиях многосоставного кризиса, поразившего мир. Практическое значение исследования определяет выявленный результат соотношения положительного репутационного рентиориентированного ESG-поведения компании и отрицательного природно-ресурсного рентиискательства по их влиянию на траекторию развития социально-экономической системы ресурсодобывающего региона. Проблемы, связанные с эффективным рентиориентированным поведением крупной компании, в условиях сложного нынешнего кризиса приобрели не только утилитарно-экономическое, но и экологическое, и социальное значение. Репутационная рента под влиянием ESG-фактора стимулирует инновации, инвестиции в знания, таланты работников, охрану окружающей среды и экономическое развитие, поэтому она является социально-желательной и востребованной на всех уровнях управления.

Получаемую современной компанией репутационную ренту следует расценивать как положительное явление и учитывать в репутационных рейтингах. В этом случае рентная система явится одной из важных предпосылок динамичного социально-экономического развития территории. Сегодня для корпоративной репутации особенно важен ESG-фактор, вобравший прогрессивные идеи экономики доверия, устойчивого развития, управления талантами, знаниями и этического управления. Его учет позволяет угольной компании не просто выживать, а сохранять устойчивость в период сложнейшего кризиса с целью уверенного социально-экономического развития в будущем.

Список литературы • References

1. Итоги ПМЭФ-2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://forumsfb.com/news/news/itogi-peterburgskogo-mezhdunarodnogo-ekonomicheskogo-foruma-2018/> (дата обращения: 15.10.2024).
2. Data can help mining companies tackle their trust deficit. World Economic Forum. [Electronic resource]. Available at: <https://www.weforum.org/agenda/2020/07/data-help-mining-companies-tackle-trust-deficit/> (accessed 15.10.2024).
3. Tirole J. A theory of collective reputations (with applications to the persistence of corruption and to firm quality). *The Review of Economic Studies*. 1996;63(1):1-22. DOI: 10.2307/2298112.
4. Горин С.В. Верю – не верю... Теоретические основы репутациологии // Креативная экономика. 2007. № 5. С. 89-96. Gorin S.V. I believe – I don't believe... Theoretical foundations of Reputationology. *Kreativnaya ekonomika*, 2007;(5):89-96. (In Russ.).
5. Tracking the 2021 mining industry trends. Deloitte Insights. [Electronic resource]. Available at: https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/articles/GLOB114059_2021-TTT-collection/DI_Tracking-the-trends-2021.pdf (accessed 15.10.2024).
6. Фуруботн Э.Г., Рихтер Р. Институты и экономическая теория: достижения новой институциональной экономической теории. Санкт-Петербург: Издат. дом Санкт-Петерб. гос. ун-та, 2005. 702 с.
7. Shapiro C. Premiums for high quality products as returns to reputations. *The Quarterly Journal of Economics*. 1983;98(4):659-679. DOI: 10.2307/1881782.
8. Институциональная экономика. Глоссарий. [Электронный ресурс]. URL: <https://ur-consul.ru/Bibli/Institutsionaljnaya-ekonomika.73.html> (дата обращения: 15.10.2024).
9. Zhernov E., Nekhoda E., Peters D. Nature and economy in the mining region: holistic approach / E3S Web of Conferences. 2019. Vol. 105. IVth International Innovative Mining Symposium. Article 04012. DOI: 10.1051/e3sconf/201910504012 (дата обращения: 15.10.2024).
10. СУЭК. Устойчивость путем диверсификации. Интегрированный отчет за 2020 год. [Электронный ресурс]. URL: http://www.suek.ru/upload/iblock/e2f/SUEK_AR20_RUS.pdf (дата обращения: 15.10.2024).
11. 100 иностранных компаний с лучшей репутацией в России. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.ru/biznes-photogallery/375209-10-inostrannyh-kompaniy-s-luchshey-reputaciyey-v-rossii> (дата обращения: 15.10.2024).
12. Клишин В., Гоосен Е., Никитенко С. Угольная отрасль в поисках «стрессоустойчивости». [Электронный ресурс]. URL: <http://avant-partner.ru/rang/8549.html> (дата обращения: 15.10.2024).
13. «Советуем вовремя позеленеть», или зачем российским компаниям принципы ESG. [Электронный ресурс]. URL: <https://delovoyimir.biz/zachem-rossiyskim-kompaniyam-principy-esg.html> (дата обращения: 15.10.2024).

14. Жернов Е.Е., Нехода Е.В. Концепция социализации экономики знаний в ресурсодобывающем регионе // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2016. № 2. С. 163-174. DOI: 10.17223/19988648/34/14.
Zhernov E.E., Nekhoda E.V. The conception of knowledge economy socialization in the resources-extractive region. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika*, 2016;(2):163-174. (In Russ.). DOI: 10.17223/19988648/34/14.
15. Zhernov E.E., Nekhoda E.V., Rusak I. Digitalization in a resource-extracting region: from cluster to business ecosystem / E3S Web of Conferences. 2021. Vol. 315. VIth International Innovative Mining Symposium. Article 04009. DOI: 10.1051/e3sconf/202131504009.
16. Жернов Е.Е., Осокина Н.В. Взаимозависимость видов ренты как фактор эффективного недропользования на территории // Уголь. 2022. № 1. С. 33-38. DOI: 10.18796/0041-5790-2022-1-33-38.
Zhernov E.E., Osokina N.V. Interdependence of types of rent as a factor of effective subsoil use in the territory. *Ugol'*. 2022;(1):33-38. (In Russ.). DOI: 10.18796/0041-5790-2022-1-33-38.

Authors Information

Zhernov E.E. – PhD (Economic), Associate Professor, Head of Economics department, Gorbachev Kuzbass State Technical University (KuzSTU), Kemerovo, 650000, Russian Federation, e-mail: zhee.eti@kuzstu.ru

Osokina N.V. – Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of Economics department, Gorbachev Kuzbass State Technical University (KuzSTU), Kemerovo, 650000, Russian Federation, e-mail: onv.eti@kuzstu.ru

Информация о статье

Поступила в редакцию: 5.05.2024

Поступила после рецензирования: 17.10.2024

Принята к публикации: 28.10.2024

Paper info

Received May 5, 2024

Reviewed October 17, 2024

Accepted October 28, 2024

Более 30 социальных проектов для красноярцев получат поддержку Фонда Мельниченко

Все они вошли в число победителей конкурса социальных проектов «Гранты.ФМ», который Благотворительный фонд Мельниченко проводил с июля по октябрь в регионах, где работают предприятия СУЭК и СГК. Красноярский край стал лидером по количеству как присланных, так и одобренных заявок – 32 инициативы получают финансовую поддержку Фонда.

В Фонде Мельниченко подчеркивают: при выборе победителей они ориентировались прежде всего на значимость проектов в контексте комплексного развития территорий и собственных проектов СУЭК и СГК. В Красноярске, например, в числе лучших названа идея библиотеки имени Н. Островского по созданию настольной игры «Прогулки по Красноярску» – уже несколько лет СГК проводит в краевом центре автобусные экскурсии «Красноярские огни», на которых рассказывают горожанам об истории энергетики в крае – от первой лампочки до современных, эффективных и экологичных ТЭЦ.

В городе Бородино Фонд Мельниченко поможет создать 3D-лабораторию в местном Центре технического твор-



чества – Центр тесно работает с СУЭК по формированию у школьников познавательной активности и инженерно-технического мышления, на средства угольщиков здесь ранее был создан Музей занимательных наук «ПознаниУм»,

действует «Лего-студия».

В Назарово Фонд Мельниченко поддержал инициативу Назаровского энергостроительного техникума по оборудованию молодежной мультимедийной студии – техникум является опорным для СУЭК и СГК, вместе педагогический состав, угольщики и энергетики внедряют на базе техникума федеральную программу «Профессионалитет», проводят для ребят экскурсии на производства, квесты, квизы, в том числе в рамках программ Фонда по профессиональной навигации «Профкоманды.ФМ» и «Профклассы.ФМ», организуют для учащихся старших курсов производственную практику, выплачивают именные стипендии.

В Шарыпово развитие получают палеонтологическая тема и проект Краеведческого музея города «Шарыповская палеонтология: мифы и реальность» – решением Агентства по туризму Красноярского края, Администрации Шарыпово, Фонда Мельниченко и СУЭК палеонтология выбрана туристическим брендом Шарыпово, ведется строительство семейного «Динопарка», в августе на площадках парка состоялся Первый палеонтологический фестиваль «Открытие» с участием 12 тысяч жителей и гостей города.

С полным списком победителей конкурса можно ознакомиться по ссылке <https://grantsfm.ru/assets/files/itogigrantyyi.fm.pdf>.

Пресс-служба АО «СУЭК-Красноярск»

ГРАНТЫ ФМ