

Назанетян Цовик Зориковна

магистрант

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

г. Краснодар, Краснодарский край

НАПРАВЛЕНИЯ И ТЕНДЕНЦИИ КСО

***Аннотация:** статья посвящена рассмотрению особенностей корпоративной социальной ответственности компаний. Автором выделены и рассмотрены по отдельности основные тенденции развития сфер корпоративной социальной ответственности.*

***Ключевые слова:** потребители, компании, корпоративная социальная ответственность.*

По мере того, как потребители, стремящиеся сделать более ответственный выбор, и ограничения постоянно истощающихся природных ресурсов усиливают давление, все больше компаний внедряют устойчивые стратегии и применяют более социально ответственные методы. Корпоративная социальная ответственность, или КСО, – это деловая практика, направленная на достижение социальных и экологических выгод наряду с финансовой выгодой. По мере того, как растет спрос на компании, которые делают добро, корпорации любого размера ищут способы включить устойчивые методы ведения бизнеса в свою повседневную жизнь.

Некоторые из самых популярных тенденций в области корпоративной социальной ответственности включают повышение прозрачности предоставляемой информации, инвестиции в «зелёные» технологии, вовлечение местного сообщества и сотрудников и т. д.

С момента начала COVID-19 в марте 2020 года мы начали замечать, что поведение потребителей стало определяться новыми мотивами. Глобальный кризис в области здравоохранения создал сразу физические, эмоциональные, социальные и финансовые проблемы, заставляя многих пересмотреть самое важное в жизни.

Это внимание расширило и усилило бизнес-тенденцию во всем мире - потребители не только хотят знать, что корпорации делают для своих сообществ, но и ожидают каких-то действий.

Несмотря на то, что 2020 год представляет собой необычайные проблемы, мы видели множество удачных моментов, наряду с множеством упущенных возможностей, которые повлияли на то, как организации будут реализовывать новые инициативы в области корпоративной социальной ответственности.

Так, по данным GlobalWebIndex к 2021 году выделились следующие основные тенденции развития сфер КСО:

1. Взаимодействие с окружающей средой, пропаганда зелёных технологий.
2. Инициативы, связанные с коммуникациями между бизнесом и обществом.
3. Более тесная интеграция с внутренним сообществом (иными словами, с сотрудниками).
4. Параллельное повышение внимание к акционерам компании.

Рассмотрим каждую тенденцию по отдельности.

1. Прошли времена безудержного использования ресурсов без какой-либо ответственности или мысли о пополнении. Изменение климата продолжает вызывать множество разговоров в бизнес-сообществах, и в этой теме пересекаются несколько тенденций в области корпоративной социальной ответственности. Поскольку доступные природные ресурсы быстро истощаются, а наш мир всё ближе достигает критической точки, когда средняя температура повышается на 2 градуса. Социально ответственные компании вкладывают средства в «зелёные» технологии, снижая свою зависимость от невозобновляемых ресурсов и ищут более устойчивые ресурсы для ведения бизнеса. Данному термину уже посвящены исследования отечественных и зарубежных экспертов.

Заметим, что текущие события являются огромным фактором, определяющим ожидания потребителей от организаций. Например, после того как возросла экологическая озабоченность по поводу количества масок для лица, уже появляющихся в океане, потребители выразили желание вести дела с компани-

ями, которые ценят окружающую среду, поэтому мы заметили всплеск экологических инициатив. Кроме того, в отчете о тенденциях на 2021 год, опубликованном Ketchum, 74% респондентов назвали протесты Black Lives Matter причиной, по которой они поддерживают предприятия, которые улучшают разнообразие и инклюзивность. 88% опрошенных считают, что сейчас важнее этическое поведение компаний [61]. В 2018 году датский пенсионный фонд РКА (46 миллиардов долларов под управлением) продал свои доли в 70 угольных компаниях и 35 нефтегазовых компаниях в качестве вклада в Парижское климатическое соглашение. Компания РКА изучила 62 нефтегазовые компании в своем портфеле, чтобы найти «правильный управленческий подход для достижения Соглашения».

2. В 2020 некоторые компании, такие как American Red Cross или Points of Light's All For Good, поощряя общественные работы, разработали способ виртуального волонтерства. И несмотря на формат такого мероприятия, волонтерство всегда давало компаниям возможность установить связь со своим сообществом.

Заинтересованные в КСО корпорации все чаще делают пожертвования местным некоммерческим организациям, финансируя строительство таких объектов, как школы в районах с низкими доходами, и занимаясь гражданскими проблемами, которые влияют на то, где они ведут бизнес. Санкционированные корпорациями волонтерские мероприятия, особенно во время праздников, также являются новой тенденцией в области корпоративной социальной ответственности, которая позволяет сотрудникам добровольно вкладывать свои усилия и вносить положительный вклад с минимальными затратами времени. В январе были опубликованы результаты исследования Огюстином Ландье из Парижской школы бизнеса НЕС, Жан-Франсуа Боннефоном из Тулузской школы экономики и Паринитой Састри и Дэвидом Тесмаром из MIT Sloan. Он показал, что инвесторы готовы платить на почти на 1\$ больше за акцию компании, которая жертвует на благотворительность.

Что касается тенденции предоставления прозрачной отчётности, то стоит отметить, что требования компаниям раскрыть, что скрывается за их бизнесом, стали обычным явлением среди потребителей. Эта тенденция в области корпоративной социальной ответственности частично является ответом на усиление нормативного надзора. Это также частично является результатом постоянно растущей доступности почти мгновенной информации.

3. Работа на дому стала для многих новой нормой. Сотрудникам пришлось оценить новую социальную норму и приспособиться к ней. Раньше у них была возможность устанавливать личные связи с членами сообщества, хотя в интересах общественного здравоохранения эту привилегию пришлось изменить. Даже если мы увидим, что уровень заражения начнет снижаться, онлайн-мероприятия или взаимодействия станут более доступными, более масштабируемыми и более рентабельными, чем их физические аналоги. Мы считаем, что корпорации изучат цифры и решат, что участие виртуального сообщества лучше для компании в долгосрочной перспективе в 2021 году и в последующий период.

GlobalWebIndex в 2019 в результате исследования выявил, что предприятия должны уделять больше внимания социальным причинам и благополучию своих сотрудников. В том же отчете также обнаружено, что доля потребителей, которые хотят, чтобы компании поддерживали местных поставщиков, выросла с 31% в первом квартале до 37% во втором квартале. Тогда, как недавнее исследование, проведенное Deloitte, показало, предприятия демонстрируют человечность, а сотрудники почти в 2,6 раза чаще чувствуют мотивацию на работе.

Принимая во внимание все эти цифры и результаты, мы можем ожидать, что менталитет «люди прежде всего» станет более распространенным, чем когда-либо. Компании будут стремиться в первую очередь заботиться о своих людях и местном сообществе и инвестировать в них, прежде чем начинать помогать другим в более широком масштабе. Корпорации начинают ускорять изменения, которые давно должны были произойти в их сообществах – потребовалась пандемия, чтобы выявить эти проблемы и привлечь к ним внимание.

По мере того, как проблема экономического неравенства выходит на первый план во многих политических дебатах, она все больше и больше оказывает давление на корпорации. Признание неравенства в оплате труда и экономического бремени сотрудников – это новая тенденция в корпоративной социальной ответственности. Равенство в оплате труда мужчин и женщин, измерение разницы в доходах между самым высокооплачиваемым и самым низкооплачиваемым работником в компании, а также обеспечение наличия разнообразной кадровой базы стали ключевыми приоритетами лучших компаний мира.

4. Раньше корпоративная социальная ответственность считалась целью, которая казалась почти недостижимой для большинства. Но теперь важность КСО для компаний превалирует над большинством других организационных инициатив. Каждая из наших предполагаемых тенденций в области КСО на 2021 год потребует от компаний и их руководящих групп значительной инициативы, планировании и выстраивании стратегии, ведь все они необходимы для истинного успеха корпоративной социальной ответственности и, соответственно, повышения инвестиционной привлекательности.

Когда-то считалось, что единственным критерием инвестирования является экономическая эффективность компании. В последние десятилетия экономисты серьезно отнеслись к критериям социальных, экологических и управленческих рисков. Так, с 2015 года по настоящее время существует положительная взаимосвязь между ответственным инвестированием и эффективностью капитала (к примеру, на европейском рынке доходность от покупки 20% акций компаний с высоким рейтингом ESG и продажи 20% ценных бумаг с низким рейтингом приносила 6,6% годовых в период с 2015 по 2019 год).

Текущий 2020 год показывает, что фонды ESG работают лучше и устойчивее в этот беспокойный период. В исследовании S&P Dow Jones отмечается, что портфели ESG, несмотря на высокую турбулентность на мировом рынке, предлагают лучшую доходность во время кризиса COVID-19. Этот факт определяет благоприятные прогнозы на долгосрочную перспективу.

Также исследование показало, что компании с негативным социальным воздействием оцениваются на 0,90 доллара за акцию меньше, чем компании, считающиеся социально «нейтральными». Поэтому инвесторы стали громче заявлять о своих ожиданиях по таким темам, как здоровье и безопасность сотрудников, отношения с заинтересованными сторонами, а также стратегическая и операционная устойчивость бизнеса.

Итак, сделаем вывод о том, за последние годы концепция КСО трансформировалась в мощный инструмент, используя который, руководство компании может укрепить её конкурентоспособность и инвестиционную привлекательность, заметно повлияв на бизнес-процессы.

Список литературы

1. Алони Г. Социальная ответственность крупного бизнеса: добрая воля или обязанность? / Г. Алони // Современные научные исследования и инновации. – 2016. – №2(58). – С. 538–543.

2. Зарецкий А.Д. Гуманистический характер корпоративной социальной ответственности в контексте формирования общих ценностей бизнеса / А.Д. Зарецкий // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – №6. – С. 533.

3. Исследование CFA Institute ESG-ИНТЕГРАЦИЯ: рынки, методы и данные [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unpri.org/download?ac=9522> (дата обращения: 05.04.2021 г.)

4. A World Bank Group Flagship Report. Global Economic Prospects. Divergences and Risks. – 2016, June. – P. 110.

5. Forbes Russia – финансово-экономический журнал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.forbes.ru/> (дата обращения: 20.12.2020 г.).

6. Magazine Modern problems of science and education. – 2013. – No. 6 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=10902>

7. Федченко И.В. Корпоративная социальная ответственность: учебник. / И. В. Федченко. – Красноярск: Сибирский гос. ун-т науки и технологий, 2017. – 107 с.

8. Ernst & Young // Рейтинг прямых иностранных инвестиций в экономику за 2017–2018 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ey.com/ru/ru/newsroom/news-releases/russia-once-again-entered-top-10-countries-leading-by-the-number-of-fdi-projects-in-europe> (дата обращения: 20.12.2020 г.)

9. ETF EDGE Investment in ESG «should at least double’ this year, researcher says [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cnbc.com/2020/06/06/investment-in-esg-should-at-least-double-this-year-researcher-says.html> (дата обращения 11.05.2021 г.)