

Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2023. № 2(59). С. 118–122
Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies). 2023;(2(59));118–122

СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИКИ

Научная статья

УДК 338

doi: 10.47598/2078-9025-2023-2-59-118-122

ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА СТАБИЛЬНОСТЬ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ КОМПАНИИ С РАБОТНИКАМИ И ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

Антон Александрович Горский

Институт экономики и менеджмента Российского государственного университета имени А. Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство), Москва, Россия, aagors@list.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1905-4191>

Аннотация. В настоящее время цифровые технологии занимают центральное место во всех отраслях, включая сферу благотворительности и деятельности некоммерческих филантропических организаций. Распространение коронавирусной пандемии стимулировало внедрение и активное использование широкого спектра цифровых технологий. Деятельность благотворительных организаций и их стратегическое развитие находятся в зависимости от готовности к цифровому переходу: освоению и внедрению технологий практически во все сферы и направления работы. В статье проведен обзор наиболее ярких примеров, отражающих преимущества внедрения технологий charity digital в работу некоммерческих организаций, осуществляющих разные виды благотворительной деятельности в разных странах. На основе обзора сделан вывод о том, что поскольку благотворительные организации неизбежно интегрированы с цифровой экономикой, для них важно использовать новые технологии и подготовиться к стратегии цифровой трансформации, чтобы обеспечить процветание сектора цифровой благотворительности и противостоять предстоящим неопределенностям. Особое внимание уделено технологии фандрайзинга, поскольку онлайн-доноры обычно жертвуют меньше, фандрайзерам следует тщательнее работать над развитием платформ и предоставлять различные каналы для пожертвований. В статье обоснована необходимость использовать бесконтактные электронные платежи для приема пожертвований.

Ключевые слова: благотворительность, некоммерческие организации, цифровые технологии, цифровизация, развитие, стратегическое управление, перспективы

Для цитирования: Горский А. А. Влияние корпоративной социальной ответственности на стабильность взаимоотношений компании с работниками и потребителями // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2023. № 2 (59). С. 118–122. <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2023-2-59-118-122>.

SOCIAL ASPECTS OF ECONOMY

Research article

THE IMPACT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON THE STABILITY OF THE COMPANY'S RELATIONSHIPS WITH EMPLOYEES AND CONSUMERS

Anton A. Gorsky

Institute of Economics and Management of Russian State University named after A. N. Kosygin
(Technologies. Design. Art), Moscow, Russia, aagors@list.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1905-4191>

Abstract. Digital technologies are currently on top in all industries, including the sphere of charity and the activities of non-profit philanthropic organizations. The spread of the coronavirus pandemic has promoted the introduction and active use of a wide range of digital technologies. The activities of charitable

organizations and their strategic development depend on their readiness for the digital transition, that is the development and implementation of digital technologies in almost all spheres and areas of work. In his article, the author provides an overview of the most striking examples reflecting the advantages of implementing charity digital technologies in the work of non-profit organizations engaged in various types of charitable activities in different countries. Based on his review, the author concludes that since charitable institutions are inevitably integrated with the digital economy, it is important for them to use new technologies and prepare for a digital transformation strategy in order to ensure the prosperity of the digital charity sector and to withstand the upcoming uncertainties. The author pays special attention to a fundraising technology. Since online donors usually donate less, fundraisers should work more carefully on the development of platforms and provide various channels for donations. The author substantiates the need to use contactless electronic payments to accept donations.

Keywords: charity, non-profit organizations, digital technologies, digitalization, development, strategic management, prospects

For citation: Gorsky A. A. The impact of corporate social responsibility on the stability of the company's relationships with employees and consumers. *Vestnik BIST (Bashkirskogo instituta social`ny`x texnologij) = Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies)*. 2023;(2(59)):118–122. (In Russ.). <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2023-2-59-118-122>.

Сотрудники современных компаний более креативные, технически подкованные и социально и экологически ответственные, чем их предшественники. По мере того как смена поколений приводит в рабочую силу все больше представителей поколения Z и миллениалов, и мы являемся свидетелями изменения предпочтений сотрудников относительно роли, которую компании должны играть в обществе, программы корпоративной филантропии и волонтерства становятся все более заметной частью рабочего места. Фактически более 70 % сотрудников требуют от компаний социальной ответственности, более 93 % считают, что организации должны целенаправленно руководить подобными программами [1].

В условиях глобальной пандемии, экологических кризисов и возрождения кампаний за социальную справедливость сегодняшний мир полон социальных волнений, которые находятся под пристальным вниманием общественности.

Это часть того, что сделало корпоративные программы социальной ответственности столь важными для современного бизнеса. Чем больше внимания уделяется тому, как организации реагируют на эти проблемы, тем сильнее давление на корпорации, требующее активизации и использования своих ресурсов для решения самых насущных мировых проблем.

Благодаря эффективной программе корпоративной социальной ответственности (КСО) предприятия могут предпринять шаги, чтобы

показать, что они заботятся об этих проблемах, и завоевать общественное одобрение. Кроме того, КСО часто используется как инструмент для установления важных отношений с общественными организациями и содействия укреплению корпоративной культуры.

При этом может быть трудно поддерживать надежную программу благотворительности, если не следить за развивающимися тенденциями и технологиями в области КСО. По мнению исследователей, современные тенденции в области социально-ориентированной деятельности компаний свидетельствуют о том, что в ожидаемом будущем:

1. Социальное воздействие станет основной ценностью для бизнеса. Настоящее время — это беспрецедентная информационная эпоха, когда в несколько кликов доступно практически неограниченное количество данных, включая информацию о бизнесе и о том, что он делает, чтобы принести пользу обществу. Это показывает, насколько важна КСО для намерений потребителей и покупательских привычек, поскольку потребители очень хорошо осведомлены о методах работы вашего бизнеса и основных ценностях. Так, например, 77 % потребителей заинтересованы в покупке продукта, исходя из стремления компании сделать мир лучше. Более того, 41 % инвесторов-миллениалов прилагают значительные усилия для понимания практики КСО в бизнесе.

Суть в том, что люди — и особенно молодое поколение — проверяют, заботится ли бизнес

о мире и своем влиянии на него. По мере продолжения этой тенденции КСО быстро превратится из полезной программы по улучшению общественного имиджа компании в неотъемлемую часть ее основных ценностей.

Поскольку потребители следят за различными социально-политическими и экологическими кризисами, разворачивающимися сегодня, они хотят инвестировать в предприятия, которые принимают активное участие в решении этих проблем.

Прогнозируется, что все больше организаций будут внедрять идеи социальной ответственности непосредственно в свои операции и центральные миссии, начиная с поставщиков, которых они выбирают, и заканчивая установлением более справедливой бизнес-политики, чтобы компании могли рассчитывать на будущее и завоевать общественную поддержку.

2. Филантропия еще больше повлияет на удержание сотрудников.

В то время как потребители становятся все более обеспокоенными КСО и тем, как компании занимают позицию по улучшению мира, они не единственные, кого это волнует. Работники компаний также более внимательны к ценностям бизнеса, и то, как они оценивают его подход к филантропии, окажет более существенное влияние на их рвение и готовность работать на своего работодателя.

В частности, 64% миллениалов при принятии решения о том, где работать, учитывают социальную и экологическую практику бизнеса, и 83% были бы более лояльны к компаниям, которые вносят свой вклад в решение этих проблем [1]. Это особенно важно сейчас, когда активно развиваются принципы партиципативного управления и власть все больше переходит в руки сотрудников, поддерживать вовлеченность работников, их вдохновение и воодушевление работой, отношение к корпоративным социальным идеям.

Поскольку эти тенденции сохранятся, КСО останется важной частью работы сотрудников. По нашему мнению, корпоративная филантропия станет важнейшим ресурсом для того, чтобы предприятия воспитывали своих будущих сотрудников, создавали более привлекатель-

ную корпоративную культуру и способствовали удержанию сотрудников.

3. Технологии упростят корпоративные пожертвования.

В общем смысле, плохие технологии могут привести к неудовлетворенности, неэффективности и даже отставке на рабочем месте. Например, исследования показали, что 36% сотрудников подумывали об уходе со своих должностей из-за плохого опыта работы с технологиями.

Это верно, когда речь идет о любом отделе или области бизнеса, включая корпоративные благотворительные программы. Это не значит, что сотрудники уйдут, если инициативы в области КСО будут осуществляться неэффективно, но это, безусловно, может повлиять на их мнение о компании и ее приверженности социальной ответственности.

В последние годы мощь и эффективность программного обеспечения для корпоративных пожертвований стремительно возросла благодаря разработке надежных инструментов, которые могут помочь в реализации программ пожертвований натурой, программ подбора подарков и других ключевых инициатив в области КСО.

Поскольку корпоративная филантропия продолжает приобретать все большее значение для потребителей, инвесторов и сотрудников, эти платформы КСО будут использоваться все большим числом компаний для оптимизации и улучшения своих корпоративных программ филантропии.

4. Многие программы КСО будут диверсифицированы.

Когда-то чека местной благотворительной организации могло быть достаточно, чтобы показать сообществу, сотрудникам и другим целевым аудиториям, что бизнес стремится продвигать миссии общественного блага.

Однако в настоящее время КСО вышла далеко за рамки простых денежных пожертвований и включает в себя множество программ, которые могут принести пользу бизнесу.

Среди альтернативных инициатив КСО, способных помочь бизнесу достичь своих уникальных целей, можно назвать такие, как пожертвования натурой или дни волонтеров.

Пожертвования натурой — это неденежные подарки, а именно товары, услуги или опыт компании. Этот вид КСО может быть удобным способом для бизнеса поддержать благотворительные акции, заработать положительную известность и повысить лояльность к бренду. Например, бизнес может осуществлять жертвования натурой, используя дополнительные запасы для получения призов на аукционе или подарочных пакетов для мероприятий, что является экономически эффективной и общедоступной стратегией повышения отдачи от своих филантропических усилий.

Дни волонтеров или служения предполагают организацию специальных дней, когда сотрудников поощряют участвовать добровольцами в благотворительных мероприятиях или программах в сообществе. Эти программы часто сопровождаются волонтерскими грантами, денежными подарками, которые направляются на благотворительность, о которой идет речь, для дальнейшей помощи делу и демонстрации сотрудникам и членам сообщества вашей приверженности общественному благу.

Хотя прямые денежные жертвования по-прежнему будут важной частью того, как компании реализуют свои стратегии КСО, ожидается, что многие предприятия будут диверсифицироваться, включив вклад клиентов и сотрудников, чтобы получить полный спектр преимуществ от других программ КСО.

Хотя может быть легко закрыть глаза на корпоративную филантропию в пользу других проектов, КСО является мощным мотиватором для потребителей, сотрудников и других составляющих, которые способствуют росту бизнеса и его финансовому успеху. Вот почему так важно внимательно следить за новыми тенденциями в области КСО и оставаться внимательным к этим быстро развивающимся инициативам.

Исследования показывают, что сотрудники хотят участвовать в благотворительной деятельности на работе — будь то волонтерство в Интернете или просто пожертвование небольшой части своей зарплаты. Несколько лет назад Nielsen сообщила, что во всем мире 73% потребителей готовы потратить больше

денег на продукт, если он от устойчивого бренда [2]. Согласно исследованию Horizon Media, 81% молодых людей ожидают, что компании публично возьмут на себя обязательства по обеспечению хорошей корпоративной гражданской позиции [3]. 55% сотрудников сообщили, что предпочли бы работать в социально ответственной организации, даже если это означало бы более низкий доход [4]. Кроме того, потребители также хотят приобретать услуги и товары у так называемых небезразличных компаний.

Исследование американского журнала Charities Snapshot Employee Donor Research Report показывает, что более 71% сотрудников утверждают, что работать в компании, где культура поддерживает волонтерство и благотворительность, обязательно или чрезвычайно важно [5]. Сотрудники, которые верят, что их компания эффективно реализует программы корпоративной социальной ответственности:

- в 2 раза реже покидают компанию;
- в 3,1 раза более удовлетворены своей работой;
- в 5,6 раза сильнее доверяют руководству компании;
- в 3,6 раза чаще рекомендуют таланты из своей сети контактов своему работодателю.

В результате корпоративная социальная ориентированность компаний является фактором удержания персонала и обеспечения его лояльности. Сегодня удержать сотрудников не просто, привлечь таланты высшего уровня еще сложнее. Компаниям крайне важно участвовать в решении вопросов социального воздействия, если они хотят, чтобы их считали ответственными в глазах своих клиентов и современной рабочей силы.

Характер корпоративной благотворительности начал развиваться с XIX века вместе с изменениями в промышленности, обществе и экономике. Корпоративная филантропия как часть корпоративной политики социальной ответственности сегодня принимает множество форм — от владельцев бизнеса, ориентированных на государственную службу, до пожертвований церковным благотворительным организациям и любимым проектам, даже в качестве широко охватывающей стратегии КСО.

Список источников

1. 5 corporate philanthropy trends to embrace in 2022 // Goodworld : сайт. URL: <https://goodworldnow.com/articles/5-corporate-philanthropy-trends-to-embrace-in-2022/>. Дата публикации: 15.12.2021.
2. Corporate Social Responsibility Matters: Ignore Millennials at Your Peril // HUFFPOST : сайт. URL: https://www.huffpost.com/entry/corporate-social-responsi_b_9155670?guccounter=1
3. Faw L. Millennials Expect More Than Good Products, Services To Win Their Loyalty // FORBES : сайт. URL: <https://www.forbes.com/sites/larissafaw/2014/05/22/millennials-expect-more-than-good-products-services-to-win-their-loyalty/?sh=779387e75697>. Дата публикации: 22.05.2014.
4. 2016 Cone Communications Employee Engagement Study // Conecom.com : сайт. URL: <https://conecomm.com/2016-employee-engagement-study/>
5. Snapshot Employee Research: What Employees Think about Workplace Giving, Volunteering, and CSR // America`s Charities : сайт. URL: <https://www.charities.org/Snapshot-Employee-Research-What-Employees-Think-Workplace-Giving-Volunteering-CSR>

References

1. 5 corporate philanthropy trends to embrace in 2022. Goodworld: site. Available from: <https://goodworldnow.com/articles/5-corporate-philanthropy-trends-to-embrace-in-2022>. Publication date: December 15, 2021.
2. Corporate Social Responsibility Matters: Ignore Millennials at Your Peril. HUFFPOST: site. Available from: https://www.huffpost.com/entry/corporate-social-responsi_b_9155670?guccounter=1
3. Faw L. Millennials Expect More Than Good Products, Services To Win Their Loyalty. FORBES: site. Available from: <https://www.forbes.com/sites/larissafaw/2014/05/22/millennials-expect-more-than-good-products-services-to-win-their-loyalty/?sh=779387e75697>. Publication date: May 22, 20214.
4. 2016 Cone Communications Employee Engagement Study. Conecom.com: site. Available from: <https://conecomm.com/2016-employee-engagement-study/>
5. Snapshot Employee Research: What Employees Think about Workplace Giving, Volunteering, and CSR. America`s Charities: site. Available from: <https://www.charities.org/Snapshot-Employee-Research-What-Employees-Think-Workplace-Giving-Volunteering-CSR>

Информация об авторе

А. А. Горский — старший преподаватель кафедры управления.

Information about the author

A. A. Gorsky — senior lecturer of the Department of Management.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 31.05.2023; одобрена после рецензирования 14.06.2023; принята к публикации 23.06.2023.

The article was submitted 31.05.2023; approved after reviewing 14.06.2023; accepted for publication 23.06.2023.