

Благотворительность в бизнесе как инструмент социально-этического маркетинга и влияния на ESG показатели

Заявка № 1668268

В условиях трансформации глобальной экономической среды и институционализации ESG-подхода корпоративная благотворительность приобретает качественно новое значение. Если ранее она рассматривалась преимущественно как элемент корпоративной социальной ответственности, то сегодня она всё чаще интегрируется в стратегию устойчивого развития и систему управления репутационным капиталом.

Рост значимости ценностного фактора подтверждается международными исследованиями: согласно исследованию “Edelman Trust Barometer” 2023 года, 71% потребителей отказываются приобретать продукцию компаний, ценности которых им не близки. Стоит отметить, что также подавляющее большинство инвесторов учитывают ESG-критерии при принятии инвестиционных решений. Таким образом, социальная активность бизнеса становится фактором конкурентоспособности и устойчивости.

Гипотеза исследования: компании с устойчивыми и долгосрочными программами благотворительности обладают более высоким уровнем репутационного капитала, что позволяет им смягчать негативные последствия кризисных ситуаций и быстрее восстанавливать доверие стейкхолдеров, что отражается в стабильности их ESG-оценок.

Цель исследования заключается в проведении комплексного анализа влияния различных моделей корпоративной благотворительности на ключевые группы стейкхолдеров и в оценивании их вклада в формирование ESG-показателей компании.

Личный вклад автора включает:

- проведение двух глубинных экспертных интервью с представителем крупной корпорации ПАО «Газпром» и с экспертом в сфере коммуникаций и территориального развития;
- сравнительный анализ моделей благотворительности ПАО «Сбербанк» и Банка «ВТБ»;
- составление рекомендаций, по итогам исследования, для российских компаний.

Эмпирическую базу составляют нефинансовые отчеты компаний, ESG-рейтинги, официальные корпоративные публикации, а также, данные экспертных интервью. Более того, инструментарий данного исследования включает в себя применение методов анализа и синтеза, корреляционного и сравнительного анализа, системного подхода, метод экспертных оценок, бенчмаркинг.

Основные результаты исследования:

1. В российских условиях корпоративная благотворительность трансформируется из эпизодической активности в элемент стратегического управления.

2. Институционализированные программы формируют накопленный социальный капитал, который выполняет функцию «репутационной подушки безопасности». Благотворительная деятельность, в свою очередь, как инструмент социально-этического маркетинга, вовлекает клиентов, сотрудников, партнёров компании, формируя лояльность и приверженность.

3. В кризисные периоды сохраняются преимущественно долгосрочные программы, что свидетельствует об их стратегическом характере, а более высокая степень публичной интеграции благотворительности коррелирует с более устойчивыми ESG-позициями.

Сравнительный анализ показал, что модель «Сбера» демонстрирует более глубокую интеграцию благотворительности в ESG-стратегию и коммуникационную политику, что усиливает её репутационный капитал. «ВТБ» реализует устойчивые социальные проекты, однако степень маркетинговой интеграции ниже.

Полученные результаты расширяют понимание роли благотворительности в стратегическом управлении компанией и могут быть использованы при разработке ESG-стратегий, программ социально-этического маркетинга и нефинансовой отчётности. Перспективы дальнейших исследований связаны с количественной оценкой корреляции между объёмом социальных инвестиций, динамикой ESG-рейтингов и показателями лояльности потребителей.

Источники и литература

- 1) АК&М присвоило отчётности ВТБ высшую категорию устойчивости [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.akm.ru/eng/news/ak-amp-m-rating-agency-has-assigned-vtb-bank-s-sustainability-reporting-the-highest-rating/>
- 2) ESG-интеграция и устойчивое развитие ПАО «Сбербанк» [Электронный ресурс] // Эксперт РА. – URL: <https://raexpert.ru/releases/2025/oct30b>
- 3) ESG-рейтинг российских банков [Электронный ресурс] // Statista. – URL: <https://www.statista.com/statistics/1268394/russia-esg-ranking-of-banks/>
- 4) ESG-рейтинг российских компаний [Электронный ресурс] // Statista. – URL: <https://www.statista.com/statistics/1268249/russia-esg-ranking-of-companies/>
- 5) Стандарт общественного капитала бизнеса [Электронный ресурс]. – URL: <https://investmoscow.ru/media/uzoi10an/стандарт.pdf>