Наталия Юрьевна Белякова

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (Санкт-Петербург)

[nataliabelyakova@mail.ru](mailto:nataliabelyakova@mail.ru)

**Медиатизируя свое устойчивое развитие: коммуникационный инструментарий компаний в борьбе за человеческий капитал**

В ситуации поиска убедительных аргументов для привлечения и удержания высококвалифицированных кадров российский бизнес, стимулируемый также позицией властных структур, регуляторов и банковского сектора, переосмысливает отчетность об устойчивом развитии как один из факторов конкуренции за человеческий капитал.

Ключевые слова: человеческий капитал, устойчивое развитие, кадровый дефицит, нефинансовая отчетность.

Российский бизнес находится в ситуации поиска убедительных аргументов для высококвалифицированных кадров. Катализирует процесс новых медийных задач для привлечения и удержания персонала специфика момента. Рекордно низкий уровень безработицы в России обусловлен рядом глобальных и национальных факторов: характерное для всего мира старение и снижение рождаемости (в России показатель суммарного коэффициента рождаемости составлял в 2024 г. 1,4, тогда как для нормального воспроизводства населения пороговое значение составляет 2,15) накладывается на отток квалифицированных кадров с началом СВО и последствие демографического провала 1990-х гг. Тренд на снижение рождаемости обозначен как долгосрочный: оптимистичный сценарий демографического прогноза Росстата оперирует показателем 1,5 к 2030 г.

В условиях конкуренции на высокотехнологичных рынках, продвижение на которых заявлено в качестве одного из государственных приоритетов (обновленная Стратегия научно-технологического развития Российской Федерации утверждена 28.02.2024 г.), речь идет не просто о кадровом рекрутинге. Привлечение человеческого капитала – носителей уникальных компетенций в сфере интеллектуальной и творческой деятельности – необходимое условие прогресса в наукоемких и инновационных отраслях. Выбор высококвалифицированных сотрудников определяется сочетанием многих факторов, среди которых финансовая компенсация труда имеет важное значение, но нуждается в дополнительных аргументах, чтобы сделать выбор в пользу того или иного бренда. Ввиду такой усложненной модели рекрутинга «готовых» специалистов, необходимости «выращивать» таланты для компании и при этом удерживать ценных работников, компании ищут аргументы в разных сферах своей операционной и стратегической деятельности, ранее широко не транслировавшиеся конечной аудитории.

Медиатизации, демонстрации компанией своего прогресса в сфере устойчивого развития способствует встречное движение со стороны государства, а также позиция регулятора и банковских структур («зеленая» и «социальная» таксономия).

Государственный императив в отношении социальных обязательств бизнеса получил новый импульс с началом СВО. В марте 2023 г. на съезде РСПП глава государства призвал бизнес «подумать о ежегодной публикации нефинансовой отчетности», сразу же переведя задачу в коммуникационную: «чтобы… рассказывать о том, что та или иная компания сделала для поселка, города, региона, страны» [1]. Спустя год, в апреле 2024 г. президент отметил лауреатов премии «Лидеры ответственного бизнеса» [2].

Поступавшие с начала 2020-х гг. посылы регуляторов можно считать подготовкой к введению элементов обязательной отчетности. Очевидные коммуникационные сигналы игрокам рынка реабилитируют ESG (в расширенном – не только инвестиционном, но прежде всего эколого-климатическом и социальном измерении приверженности принципам устойчивости) в новых условиях также в глазах широкой общественности. Отсюда – интерес бизнеса задействовать эту деятельность и в HR-целях.

Центробанк России в 2022 г. представил перечень 44 показателей, составивших новые добровольные стандарты НФО, а в конце 2023 г. одновременно с подтверждением необязательности НФО выпустили рекомендации по написанию Стратегий устойчивого развития. Летом 2023 г. ЦБ разработал рекомендации для повышения качества методологии и развития практики ESG-рейтингов. В ноябре 2023 г. Минэкономразвития представил рекомендуемые к раскрытию показатели нефинансовой отчетности. В январе 2024 г. Банк России выпустил для эмитентов методику разработки стратегий устойчивого развития и климатического перехода.

В сентябре 2024 г. Московская биржа обязала организации из 1 и 2 котировальных списков предоставлять нефинасовую отчетность [3]. НФО остается обязательным в случае эмиссии на зарубежных биржах, актуальном в текущем моменте «разворота» российского экспорта на страны БРИКС и ЕАЭС.

Литература

1. Пленарное заседание съезда РСПП 16 марта 2023 года. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/70688/>. (дата обращения: 10.02.2025).

2. Пленарное заседание съезда РСПП 25 апреля 2024 года. URL: <http://special.kremlin.ru/events/president/news/73940>. (дата обращения: 10.02.2025).

3. Руководство для эмитента Московской биржи. URL: <https://fs.moex.com/f/21348/mosbirzha-esg2024-rus-book-27.pdf>. (дата обращения: 10.02.2025).