

Информация для СМИ: комментарий SEB
Рига, 9 декабря 2020 года

Янис Озолиньш: На несколько световых лет впереди конкурентов, или почему предприятиям стоит искать счастье в устойчивости?

В то время, когда практически все вокруг говорят об устойчивости, может сложиться впечатление, что каждый из нас как в своей повседневной жизни, так и в предпринимательской деятельности соблюдает рекомендации по достижению лучшей устойчивости и стремится быть более ответственным, «зеленым» и более взвешенно относиться к будущему. Однако на практике мы видим, что лишь небольшая часть предприятий запустила реальный и серьезный процесс перемен и задумывается дальше рамок, установленных в документах типа политик корпоративной социальной ответственности. Можно даже сказать, что сейчас в тренде много думать и говорить об этом, и меньше – делать. Но ясно, что предприятия, которые серьезно интегрируют аспекты устойчивости в свою работу, в долгосрочной перспективе будут на несколько световых лет опережать конкурентов. Почему компаниям интересна устойчивость и окупится ли она вообще?

Действовать так, как будто мы планируем здесь остаться

Особую актуальность вопросы устойчивости обрели в период Covid-19, когда много говорится о том, как мировая экономика восстановится после кризиса. Мы видим, что это замечательная возможность опираться в своем развитии на плечи устойчивости. Но понимание того, что именно под этим подразумевается, довольно разное. Концепция устойчивости выходит далеко за рамки дружелюбного к окружающей среде образа жизни и «зеленых» экомаркетов. Одно из простейших определений устойчивости — «действовать так, как будто мы планировали здесь остаться».

В большой степени вопросы устойчивости связаны также с управлением компанией. Они должны быть включены и в управление персоналом: как компания заботится о развитии и вовлечении своих работников; в производственный процесс, с заботой о рабочей среде, о здоровье и безопасности работников, в мыслях о ресурсах, которые используются в производственных процессах и какие побочные продукты при этом создаются. Не менее важно, как оцениваются поставщики — смотрит ли предприятие только на самую низкую цену или оценивает также репутацию поставщика и то, как он заботится об условиях труда, об оплате труда своих работников.

Все больше исследований доказывают, что быть устойчивым предприятием — окупается. По сути преимущество устойчивого предприятия распределяется по трем основным направлениям – это более высокая отдача капитала, возможности развития и уменьшение рисков.

У предприятий с позитивной стратегией устойчивого развития — более высокая отдача капитала

Из 90% исследований об устойчивости следует, что хорошие стандарты устойчивого развития уменьшают расходы капитала, в свою очередь 80% исследований доказывают, что у цены акции предприятия с устойчивым управлением позитивная корреляция.¹ К такому выводу пришли представители компании по управлению активами *Arabesque Partners* и Оксфордского университета, проанализировав почти 200 исследований об ответственном подходе к ведению бизнеса.

Поэтому логично, что внимание инвесторов привлечено к ценным бумагам, эмитированным устойчивыми предприятиями. По данным организации *Forum For Sustainable And Responsible Investment*, общий объем управляемых ценных бумаг устойчивых предприятий на рынке США в период с 2018 года до 2020 года вырос с 12 триллионов до 17,1 триллиона долларов США, что в целом составляет треть от профессионально управляемых инвестиционных портфелей.²

¹ https://www.smithschool.ox.ac.uk/publications/reports/SSEE_Arabesque_Paper_16Sept14.pdf

² https://www.ussif.org/blog_home.asp?Display=155

Международная консалтинговая компания *McKinsey&Company* также подчеркивает позитивное влияние устойчивости в оценках предприятий — по ее данным, инвесторы будут готовы платить вплоть до 10% больше за предприятие с позитивной стратегией устойчивого развития по сравнению с компанией, которая не уделяет должного внимания вопросам своей устойчивости.³

Фокус устойчивости важен не только для компаний, которые представлены на финансовых рынках. Постепенно и у нас, в Балтии, меняется способ, которым банки оценивают, каким предприятиям и на какие цели предоставить заем, и вопросы устойчивости включены в оценку кредитного риска. Поскольку банковская отрасль играет важную роль в развитии экономики, она способна внести очень существенный вклад в достижение целей устойчивости. Предполагается, что вскоре мы увидим различия в условиях банков для предприятий с разным подходом к вопросам устойчивости.

Возможности роста — люди хотят покупать долгосрочные продукты

Корпоративная устойчивость в течение нескольких лет из идеи превратилась в реальность, продвижению которой особенно способствует смена взглядов и поколений. Более молодые поколения обращают все больше внимания на аспекты устойчивости, и считают, что это их ответственность — покупать товары и услуги, которые дружественны как для окружающей среды, так и для общества. Это дополнительная мотивация для предприятий работать над созданием долгосрочных товаров и услуг, чтобы быть способными удовлетворить растущий спрос в категории этих продуктов.

Хотя есть ряд существенных отличий во взглядах на то, могут ли долгосрочные продукты продаваться дороже, проведено несколько исследований, которые доказывают, что 70% покупателей в разных категориях продуктов за долгосрочный продукт будут готовы платить на 5% больше по сравнению с обычным продуктом при условии, что качество обоих продуктов равноценное.⁴

Зачастую нет необходимости разрабатывать новый продукт, достаточно внести небольшие изменения в существующий — заменить только одну из составляющих или дифференцировать модель ценообразования. Например, международная фармацевтическая компания *GlaxoSmithKline* сосредотачивает реализацию своей бизнес-модели не только на развитых, но и на развивающихся странах, где покупательская способность ниже, чем в развитых странах, применяя эластичные модели ценообразования продуктов. Цель компании — сделать разрабатываемые медикаменты доступными для более широкой аудитории и новых рынков, и это не только устойчивый подход, но и возможность увеличить оборот предприятия.⁵

Амбициозные цели в этой сфере поставила перед собой также международная компания по торговле мебелью ИКЕА, которая решила до 2030 года дать вдохновение и возможность жить лучше как минимум одному миллиарду человек, учитывая ограниченные ресурсы планеты.⁶ Один миллиард в любой сфере — амбициозное число, которое заставляет найти более эффективный способ работать, уменьшая расходы и делая продукцию более доступной большему числу покупателей. Это неизбежно приводит к инновациям, которые хотят приобретать сегодняшние покупатели — это те продукты, которые тратят меньше электроэнергии, занимают меньше места, более легкие, эффективные и они обеспечивают то, что общий ресурс потребления на протяжении всего жизненного цикла продукта уменьшается.

Уменьшение рисков — штрафы и репутационные угрозы

Если взглянуть на исторический аспект устойчивости, то становится ясно, что он формировался уже довольно давно — в то время, когда нормативные акты во многих сферах были недостаточно проработаны и возник конфликт между надзорными институциями и предприятиями в надзираемых

³ <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability/our-insights/the-esg-premium-new-perspectives-on-value-and-performance>

⁴ <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability/our-insights/sustainability-blog/how-the-e-in-esg-creates-business-value>

⁵ <https://www.gsk.com/en-gb/responsibility/improving-health-globally/pricing-and-access-strategies/>

⁶ https://www.ikea.com/gb/en/files/pdf/7e/58/7e58334c/ikea_sustainability_strategy_people_planet_positive_v3.pdf

отраслях. Проверялись границы того, насколько далеко можно зайти, чтобы получить как можно большую выгоду для себя, что часто приводило к внушительным денежным штрафам.

Эта проблема остается актуальной и сейчас. Согласно исследованию *McKinsey&Company*, способность получения прибыли (ЕВITDA) примерно у трети предприятий подвергается риску, который могут создавать штрафы со стороны надзорных учреждений. В некоторых отраслях, например, в автопроме, авиации и безопасности этот риск может составлять вплоть до 60% от способности получения прибыли предприятия.⁷

За примерами далеко ходить не нужно. Один из ярчайших примеров — это скандал, известный под названием «дизельгейт»: автостроительного гиганта Volkswagen в 2015 году обвинили в занижении показателей уровня выбросов и оштрафовали на один миллиард евро. На тот момент это был крупнейший штраф, который в Германии когда-либо был наложен на предприятие.⁸

К существенным рискам следует отнести также угрозы репутации предприятия. Буквально на днях в средствах массовой информации можно было прочитать о местном кондитерском предприятии, которое обвинили в торговле людьми. На это незамедлительно отреагировали крупнейшие торговцы продовольствием, прекратив закупки у этой фирмы. Это, несомненно, серьезно отразится на предприятии и его жизнеспособности.

Может казаться, что устойчивость — это что-то дорогое и предназначенное только для крупных, международных компаний, однако это не так. Радует, что позитивные веяния наблюдаются также в Латвии. Нет необходимости сразу строить новое производство стоимостью в несколько миллионов евро или публиковать объемные обзоры по вопросам устойчивости. Достаточно, если мы начнем собирать плоды с самых низких веток яблони: пусть это будут легко внедряемые инвестиции с коротким периодом возврата, например, смена освещения на LED-лампочки, использование более энергоэффективного оборудования или просвещение покупателей и работников в вопросах устойчивости. Рим тоже не один день строился, — точно так же и с включением устойчивости в повседневную жизнь предприятия. Если работать целенаправленно, шаг за шагом делая хорошие вещи, будет достигнут и результат.

Papildu informācijai:

Lita Juberte-Krūmiņa, SEB bankas Korporatīvās komunikācijas vadītāja
25145203, lita.juberte-krumina@seb.lv

Vairāk par SEB grupu Latvijā:

Twitter/SEB_Latvia, Facebook/SEB_Latvia, YouTube/SEBlatvia, www.seb.lv

SEB grupa ir vadošā finanšu pakalpojumu sniedzēja Ziemeļeiropā. Kā banka ciešām un ilgtermiņa attiecībām, SEB Zviedrijā un Baltijā piedāvā finanšu konsultācijas un plašu finanšu pakalpojumu klāstu. Dānijā, Somijā, Norvēģijā un Vācijā SEB darbības galvenā prioritāte ir korporatīvo un investīciju bankas pakalpojumu sniegšana uzņēmumiem un institucionālajiem klientiem. SEB grupas darbību starptautiskā līmenī apliecina pārstāvniecība 20 pasaules valstīs. Uz 2020. gada 30. septembri SEB grupas kopējie aktīvi veido 3,201 miljardu Zviedrijas kronu, kopējie aktīvi pārvaldīšanā – 2,054 miljardi Zviedrijas kronu. SEB grupā strādā 15 000 darbinieku. Vairāk par SEB grupu: www.sebgroup.com

⁷<https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability/our-insights/sustainability-blog/how-the-e-in-esg-creates-business-value>

⁸<https://www.reuters.com/article/us-volkswagen-emissions-dieseltgate/vw-fined-one-billion-euros-by-german-prosecutors-over-emissions-cheating-idUSKBN1J92AI>