

Корпоративная социальная ответственность

Тема 1 «Введение в проблему»

- 1.1.** Понятие ответственности и ее ограничительная и мотивационная роль в деятельности человека
- 1.2.** Основные термины и определения в теории КСО
- 1.3.** Бизнес и внешняя среда
- 1.4.** Историческое развитие корпоративной социальной ответственности

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Ответственность — это организационное положение, обеспечивающее дисциплинированность и максимально эффективное отношение человека к его обязанностям.

Ответственность является средством управления, одним из рычагов воздействия на деятельность человека и коллектива в целом.

Сущность ответственности проявляется в том, что она представляет собой понимание, осознание и учет последствий деятельности по критериям ее необходимости и эффективности, возможности порицания или поощрения.

Мера порицания или поощрения может быть результатом внутренней или внешней оценки характера и результата работы человека и проявляться либо в собственной неудовлетворенности работой, либо в отрицательном отношении к ней со стороны других людей.



Содержание понятия «ответственность»

Ответственность должна быть соответствующим образом организована. В основе ее организации лежит система, под которой можно понимать совокупность взаимосвязанных видов ответственности, представляющих собой целостное образование по критериям цели организации, ее внутренней и внешней среды. Каждый из видов ответственности должен обладать определенным организационным статусом.

Организационный статус ответственности — это закрепление его в положении обязательного требования и реализация в процессах менеджмента.



Разнообразие организационного статуса ответственности

Основные термины и определения в теории КСО

Социальная ответственность бизнеса — это добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума.

Социальная ответственность бизнеса — это концепция, согласно которой бизнес, помимо соблюдения законов и производства качественного продукта / услуги, добровольно берет на себя дополнительные обязательства перед обществом.

Социальная ответственность бизнеса — это философия поведения и концепция выстраивания деловым сообществом, компаниями и отдельными менеджерами основной и дополнительной общественно-значимой деятельности.

Корпоративная социальная ответственность - это отвечающая специфике и уровню развития корпорации, регулярно пересматриваемая и динамично изменяющаяся совокупность обязательств, добровольно и согласованно вырабатываемых с участием ключевых заинтересованных сторон, принимаемых руководством компании с учетом мнений персонала и акционеров, выполняемых, в основном, за счет средств корпорации и нацеленных на реализацию значимых внутренних и внешних социальных программ, результаты которых содействуют развитию компании, улучшению ее репутации и имиджа, становлению корпоративной идентичности, а также расширению конструктивных партнерских связей с государством, деловыми партнерами, местными сообществами и гражданскими организациями.

Социальные инвестиции – это форма финансовой или иной ресурсной помощи, оказываемой компанией на реализацию долгосрочных и, как правило, совместных партнерских программ, направленных на снижение социального напряжения в регионах присутствия компании и повышении уровня жизни различных слоев общества.

Корпоративный имидж - это восприятие организации группами общественности, это то, какой видит организацию группа или группы.

Корпоративная миссия - общественно-значимый статус, социально значимая роль организации.

Корпоративная миссия — предназначение компании, определяющее ее социально-значимую роль, влияющее на общественный статус, формирующее ее сторонников и участников, очерчивающее нишу корпорации в деловой среде, на рынке, в обществе.

Корпоративная идентичность - это то, что организация сообщает о себе, о своей индивидуальности. Все, что организация говорит, делает и создает, формирует ее идентичность: продукты и услуги, формальные и неформальные коммуникации, политика компании, поступки ее персонала

Бизнес и внешняя среда



Влияние внешней среды на взаимодействие бизнеса с государством и обществом

Вывод 1: ключевая роль и участие бизнеса в решении задач социально-экономического развития создает стабильность и устойчивость в обществе, делает сам бизнес стабильным.

В результате социально направленных действий можно достичь следующих изменений в профильной деятельности компании:

- позитивное влияние на рынок потребителей (например, содействие развитию местной спортивной команды, участие в поддержке одаренных детей, помощь ветеранам привлекают потребителей товаров данной компании);**
- позитивное влияние на акционерный капитал (акции компании с устойчивой социальной активностью быстрее находят своих обладателей, что ведет к росту капитализации компании);**
- привлечение на работу высокопрофессиональных специалистов (обычно компания, имеющая внешние социальные программы проводит стабильную внутреннюю социальную политику);**
- создание положительной устойчивой репутации компании в обществе (особенно на уровне местного сообщества, а в случае масштабных социальных программ — на национальном и международном уровнях);**
- содействие развитию интереса со стороны потенциальных инвесторов (особенно, если ведение социальных программ сопровождается увеличением прозрачности в деятельности компании, с использованием форм социальной отчетности.**

Каждая компания функционирует в определенной социально-экономической среде в интересах тех или иных заинтересованных сторон.

Заинтересованные стороны — это индивидуумы, организации или сообщества, имеющие непосредственное отношение к деятельности компании или связанные с ее деятельностью косвенно.

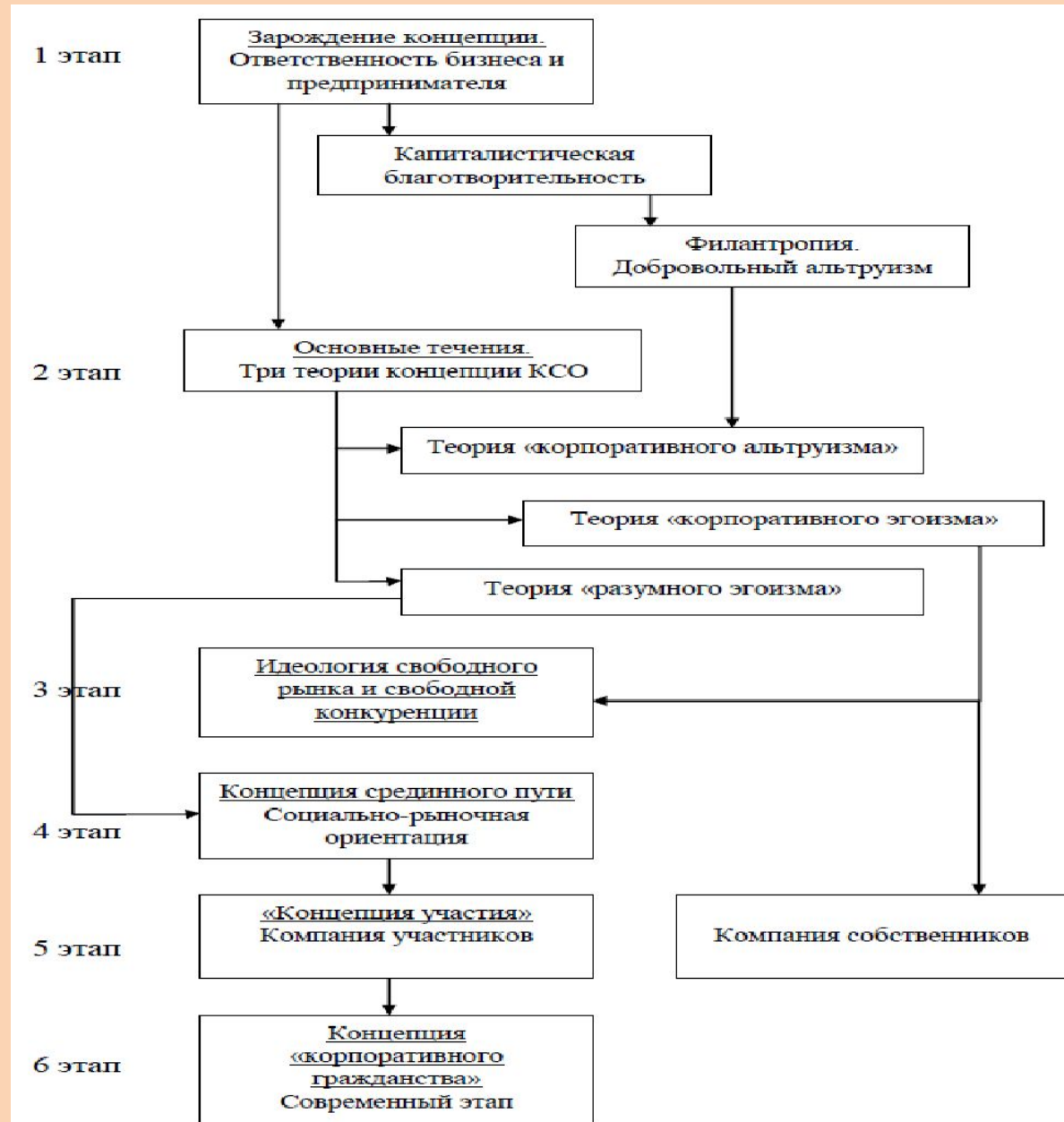


Основные заинтересованные стороны — это индивидуумы, организации и сообщества, которые имеют прямое отношение к деятельности компании.

Косвенные заинтересованные стороны — это индивидуумы и организации, имеющие косвенное отношение к деятельности компании.

Вывод 2: осуществление социальных программ ведет к позитивным изменениям в деятельности компании и создает преимущества в конкурентной среде.

Историческое развитие корпоративной социальной ответственности



Специализированные Интернет - сайты по вопросам КСО

www.amr.ru (Ассоциация менеджеров России)

www.soc-otvet.ru (сайт по КСО, поддерживаемый Агентством социальной информации)

www.rspp.ru (Российский союз промышленников и предпринимателей)

www.asi.org.ru (Агентство социальной информации)

www.corporateregister.com (база данных корпоративных нефинансовых отчетов)

www.ReportAlert.info (информационная служба для компаний, выпускающих отчеты по корпоративной социальной ответственности)

www.donorsforum.ru (Форум доноров)

www.goldenheart.ru (сайт по спонсорству, благотворительности, меценатству)

www.cafrussia.ru (Российское представительство британского благотворительного фонда Charities Aid Foundation CAF Россия)

www.iblf.org (Международный форум лидеров бизнеса Принца Уэльского)

www.ethicalcorp.org (Этическая корпорация)

www.urbanecomomics.ru (Фонд «Институт экономики города»)

www.unglobalcompact.org (Глобальный договор ООН)

www.iisd.org (Международный институт устойчивого развития)

www.globalreporting.org (Глобальная инициатива по отчетности)