

Американская модель корпоративной социальной ответственности

Выполнила студентка группы ЗБЗ-МУПР-23
Леонтьева Елизавета Сергеевна

Характеристика модели КСО США

	Параметры сравнения	Характеристика
1	Парадигма взаимоотношений государства и общества	Взаимоотношения основаны на недопущении вмешательства государства в жизнь гражданского общества
2	Институциональная среда	Институциональная среда объединения бизнеса и потребителей высокоразвита
3	Культура и ее влияние на особенности социального капитала	Разветвленная система институтов гражданского общества. (более 70% граждан состоят в различных объединениях и организациях.
4	Основные носители идей КСО	Крупные компании являются носителями передовых технологий и инноваций, в том числе и в социальной сфере.
5	Роль саморегулируемых организаций	Бизнес сам распространяет лучшие практики через свои ассоциации. Роль профсоюзов незначительна.

	Параметры сравнения	Характеристика
6	Взаимоотношения компании и общества	Основной задачей компании является повышение прибыли и рост ценности компании для акционеров. В последние годы ситуация стала меняться.
7	Роль государства	Традиционно невысокая, сотрудничество осуществляется на местном уровне власти с широким использованием налоговых стимулов
8	Основная направленность программ КСО	Здравоохранение, образование, спорт
9	Институализация концепции КСО	Центр корпоративного гражданства при Бостонском колледже (публикует рейтинг вовлеченности местных компаний в развитие сообществ), институт Кенана

Пример программы Исторически
дискриминированные бизнесы (Historically
underutilized businesses- HUB) в США

Texas Government Code, Chapter 2161

Texas Administrative Code, Chapter 20,
Subchapter B

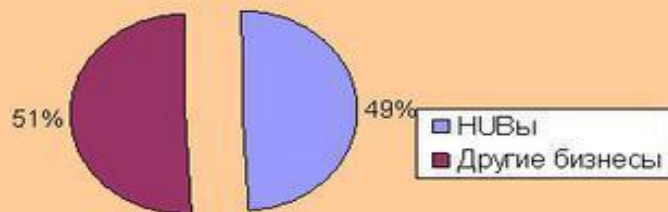
Цель программы

- Предоставить полные и равные деловые возможности бизнесам, принадлежащим социальным меньшинствам и женщинам.
- К меньшинствам относятся:
 - ❖ выходцы из азиатско-тихоокеанского региона
 - ❖ афроамериканцы
 - ❖ испаноязычные американцы
 - ❖ коренные народы



Результаты исследования за 1997 г.

Количественная структура
бизнесов, 1997 г.



Доля бизнесов в
государственных закупках, 1997 г.



Согласно исследованию большинство контрактов получают
«белые мужчины»

Программа по распространению знаний



Обучающие конференции для НУВов за август 2009 года

Дата	Название мероприятия	Город
8/6/2009	Пропаганда опыта сельской жизни в Техасе	Amarillo
8/11/2009	Делание бизнеса со штатом Техас	Mansfield
8/1/2009	Обзор развивающихся бизнесов	Dallas
8/12/2009	13 Ежегодная конференция по государственным закупкам	Arlington
8/17/2009	Дело НУВ: Как делать бизнес со штатом Техас	Houston
8/18/2009	Бледный Остин Испанская ТПП	Austin
8/19/2009	LINC Программа (Менторская программа)	Austin
8/21/2009	Развивающийся бизнес. Встреча со СМИ	Dallas
8/21/2009	Выставка Черного бизнеса Южного Техаса	San Antonio
8/25/2009	Улучшение Остина в ближайшем будущем	Austin
8/27/2009	LINC Программа (Менторская программа)	Austin

Результаты

К программе HUB
в 2012 г.
присоединилось
более 2500 компаний.
Общее количество
сертифицированных
HUBов в Техасе
достигло 14500.



Спасибо за внимание!