



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ





НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

КСО – концепция, отражающая добровольное решение компаний участвовать в улучшении жизни общества и в защите окружающей среды, а также в решении социальных проблем, вызванных деятельностью корпорации.

Социальная ответственность бизнеса подразумевает **добровольный отклик** на социальные проблемы (соблюдение законодательства и правил сверх установленных законом норм).



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА:

1. Профессиональная ответственность
2. Юридическая ответственность
3. Экономическая ответственность
4. Морально-этическая ответственность



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Пирамида корпоративной ответственности (Archie B. Carroll)





НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

ТИПЫ ДЕЙСТВИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ В СООТВЕТСТВИИ С ОБЩИМ УРОВНЕМ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ:

Социальная обструкция

Социальные обязательства

Социальный отклик

Социальный вклад



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Основная концепция в развитии социальной ответственности бизнеса – «теория стейкхолдеров» / «теория вкладчиков» / «теория держателей участия»

И.Фассин выделяет также **стейквочеров** (*группы давления, «защитники интереса»* н-р: ассоциации защитников среды, потребителей, профсоюзы и пр) и **стейккиперов** (*регуляторы, «стражи интереса»* н-р: аудиторы, аналитики по экономической безопасности, СМИ и пр) *Нет четких критериев приоритетности среди заинтересованных лиц.*

«Корпоративное гражданство» – это бизнес-стратегия по взаимодействию с общественностью с целью обеспечения устойчивого развития, а также улучшения репутации компании как ответственного **«гражданина»**.



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Классификация стейкхолдеров:

- 1. Ключевые заинтересованные группы : - потребители, - персонал, - бизнес – партнеры***
 - 2. Объекты социально ответственной деятельности: - местное сообщество, - природа, - общественные организации (гражданское общество)***
 - 3. Информационные заинтересованные группы: СМИ***
- «Дерево целей» выявляет приоритетные группы!***



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Уровни социальной ответственности бизнеса

- 1. Микроуровень (перед сотрудниками, партнерами, акционерами, потребителями)**
- 2. Мезоуровень (перед местным сообществом)**
- 3. Макроуровень (перед государством)**
- 4. Мегауровень (перед мировым сообществом)**



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

БИЗНЕС И ВЛАСТЬ

МОДЕЛИ ПОЗИЦИЙ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ:

1. Добровольно-принудительная благотворительность
2. Торг
3. Город-комбинат
4. Социальное партнерство



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

ВЛАСТЬ ДОЛЖНА СОЗДАТЬ СЛЕДУЮЩИЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОГО БИЗНЕСА:

Гарантированные права собственности и безопасное ведение бизнеса

Независимая судебная система

Прозрачные законодательные рамки для ведения социальной деятельности

Приоритеты социальной ответственности и пр.



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

СОЦИАЛЬНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА КОРПОРАЦИИ ПО ОТНОШЕНИЮ К СОТРУДНИКАМ:

1. Медицинские услуги
2. Ежегодный бонус к очередному отпуску, материальная помощь
3. Организация повышения квалификации
4. Организация питания, компенсация на питание
5. Скидки при покупке продукции предприятия
6. Доставка на работу транспортом
7. Предоставление средств мобильной связи
8. Оплата аренды жилья, услуг няни и т.д.
9. Повышение квалификации
10. Поддержание корпоративной культуры и пр.



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

ФОРМЫ УЧАСТИЯ БИЗНЕСА В РЕШЕНИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ МЕСТНОГО СООБЩЕСТВА:

1. Денежные гранты
2. Благотворительность и спонсорство
3. Социально значимый маркетинг
4. Эквивалентное финансирование
5. Делегирование сотрудников компании
6. Социальный бюджет



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

ВОЗМОЖНЫЕ ФОРМЫ УЧАСТИЯ БИЗНЕСА В РЕШЕНИИ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ:

1. Разработка возможных путей, позволяющих избежать кислотных дождей и глобального потепления;
2. Разработка альтернативных методов переработки сточных вод, опасных отходов и обычных отходов;
3. Разработка политики обеспечения безопасности, которая уменьшает риск аварии с потенциально катастрофическими последствиями для окружающей среды;
4. Разработка планов управления в кризисных ситуациях;
5. Использование перерабатываемого сырья для контейнеров и упаковочных материалов и т.д.

ценные экономическому анализу эффективности социально ответственных компаний, ведутся постоянно. Например, исследования, проводимые «Walker Information», выявили прямую связь между «социальной ценностью» компании и ее репутацией. Увеличение «социальной ценности» компании розничной торговли на 1 пункт ведет к улучшению ее репутации на 0,55 пункта, а увеличение «экономической ценности» на 1 пункт улучшает репутацию всего на 0,32 пункта [1]. Социальные показатели оказывают вдвое большее положительное воздействие на репутацию по сравнению с экономическими. Также зафиксирована прямая связь между финансовыми и социальными показателями компании: между доходностью активов, доходностью продаж и социальной ценностью компании, между доходностью капитала и доходом на акционерный капитал. Установлено, что на протяжении 10 лет у компаний, реализующих концепцию социальной ответственности, финансовые показатели были выше, чем у социально неответственных компаний: доход на инвестированный капитал – на 9,8%, доход с активов – на 3,55, доход с продаж – на 2,79, прибыль – на 63,5%. На протяжении 15 лет доход акционеров социально ответственных компаний был в 2 раза выше среднего (43% против 19%)¹.

Была выявлена положительная корреляция между инвестициями в развитие персонала и курсом акций компании, связь между отношением сотрудников к компании и ее доходами. Улучшение отношения сотрудников к компании на 5 пунктов означает повышение удовлетворенности ее клиентов на 1,3 пункта, что, в свою очередь, приводит к увеличению прибыли

на 0,5% [1]. Такие изменения для крупных компаний очень значимы. В Великобритании треть работников полагают, что если компания социально активна, то в ней лучше условия труда. Тридцать процентов сотрудников, вовлеченных в различные общественно значимые мероприятия, более лояльны по отношению к компании и больше заинтересованы в ее успехе. Большинство европейских и американских потребителей предпочтут купить товары у социально ответственных компаний.

Для оценки эффективности социально ответственной деятельности компаний существуют и статистические методы. Например, используются показатель окупаемости инвестиций, направленных на благотворительные программы (return on investment), показатель эффективности благотворительной помощи по сравнению с эффективностью других, не благотворительных, средств – рекламы, стимулирования продаж и т.д. (efficiency measurement) и показатель процесса реализации благотворительных программ (process measurement), отражающий наличие или отсутствие связи между благотворительностью и показателями основной деятельности компании [17].



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Информация о социальной активности организации содержится в нефинансовом отчете.

Нефинансовый отчет - это публичный инструмент для информирования стейкхолдеров об экономических, социальных и экологических результатах деятельности.



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Законодательство в **Великобритании и Ирландии** требует от компаний раскрывать определенную информацию социального характера, такую, например, как:

1. информация по законной деловой практике (информация по трудоустройству инвалидов и расовом составе);
2. информация о регулировании вопросов здравоохранения и безопасности, схемах разделения собственности и оплате труда работников;
3. информация о пожертвованиях на благотворительность и политических пожертвованиях, которая должна быть раскрыта в отчете директора.



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Методы повышения этического уровня организации:

1. Этические кодексы
2. «Карты этики»
3. Комитеты по этике
4. Социальные ревизии и составление отчетов о социальном влиянии
5. Обучение этическому поведению
6. Этическая экспертиза
7. Этическое консультирование



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Спасибо за внимание!

