

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА

Введение в корпоративную
социальную политику



УВИДЕТЬ БОЛЬШЕ И ПОНЯТЬ ЛУЧШЕ





ДЛЯ КОГО КСО



ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ КСО

США



В 50-60-х гг. XX в. КСО вошло в корпоративное управление в США и Канаде.

1970 – возникновение термина «корпоративная социальная ответственность» и «стейкхолдеры» (корпоративные собственники).

1970 – 1980 – первые социальные отчеты («экопорнография»). Единичные попытки инкорпорировать экологические отчеты в ежегодные финансовые отчеты, (1972 - Abt & Associates)

1989 – социальный аудит отчета Ben & Jerry's (право опрашивать любого в компании на протяжении 2 недель в любую смену на главной фабрике и мелких отделениях, а также поставщиков молочных продуктов и представителей власти и населения. «Отчет Стейкхолдеров» и разделенный на категории стейкхолдеров: местное сообщество, сотрудники, клиенты, поставщики, инвесторы. Отчет был заверен независимым аудитором)

1997 – основание Social Accountability International (SAI). Сертификация завода AVON в Нью-Йорке.

КСО в Европе



В 1995 году, по примеру американцев и канадцев была образована сеть евробизнеса по КСО (**European Business Network — CSR Europe**), которая занялась распространением и популяризацией принципов КСО на business-to-business основе.

В марте 2000 г в Европе КСО официально оформилось на Лиссабонском европейском саммите .

а также когда Европейская комиссия опубликовала так называемую «Зеленую книгу о КСО» (июль 2001 г.).



**Foundation for the
Global Compact**

В 2000 г. ООН было инициировано международное движение в сфере прав человека, трудовых отношений, окружающей среды, борьбы с коррупцией – **Глобальный договор (UN Global Compact)**.





ГЛОБАЛЬНЫЙ ДОГОВОР ООН

- Инициатива ООН по выявлению и распространению передового опыта КСО
- 10 принципов: права человека, трудовые практики, окружающая среда, антикоррупция.
- Призыв к компаниям вести дела на основании изложенных принципов.
- Отчетность.



ЧТО ТАКОЕ КСО

Корпоративная социальная ответственность (ИСО26000):

Ответственность организации за влияние ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое

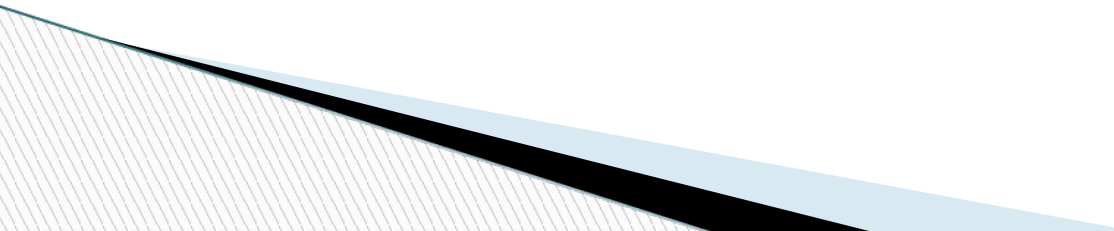
- *содействует устойчивому развитию, здоровью и благосостоянию общества;*
- *учитывает ожидания заинтересованных сторон;*
- *соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения; и*
- *интегрировано в деятельность всей организации и реализуется ею на практике взаимоотношений.*

Корпоративная социальная ответственность-

представляет собой добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, зачастую не связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки существующих юридических и этических норм.

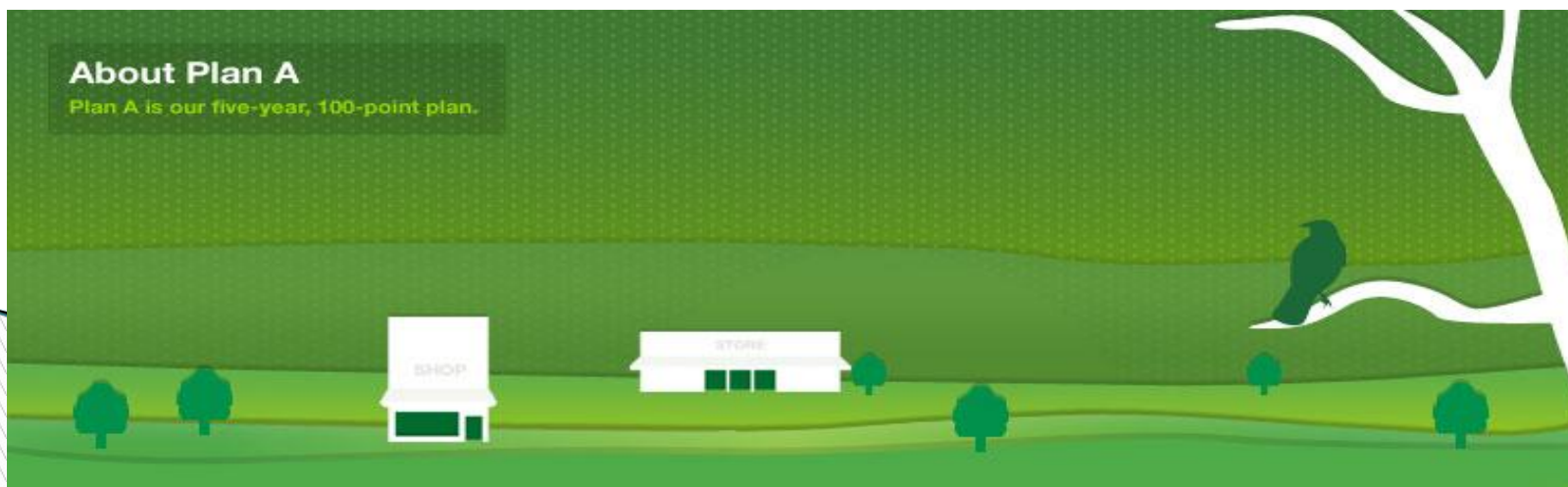


ВОПРОСЫ КСО СЕГОДНЯ

- ▣ РОЛЬ ПРАВИТЕЛЬСТВА
 - ▣ СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ
 - ▣ КСО ДЛЯ ВСЕХ
 - ▣ СТАНДАРТЫ КСО
 - ▣ КТО ЕСТЬ СТЕЙКХОЛДЕРЫ И ИХ ПРИВЛЕЧЕНИЕ
 - ▣ КСО И ПИАР
 - ▣ РАБОТА С МЕСТНЫМИ СООБЩЕСТВАМИ И ИХ РАЗВИТИЕ
- 

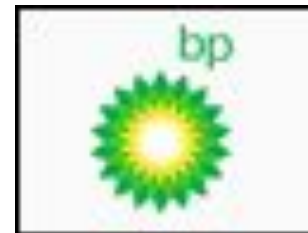
СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ

- Структура
- Стратегия
- Программа/политики
- Мониторинг и оценка
- Социальный отчет



ПРИМЕРЫ

социально ответственных компаний из списка журнала Форчун



СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННАЯ ВЛАСТЬ

- Пример для бизнеса
- Крупнейший работодатель
- Открытые закупки и тендеры
- Стимулирование КСО
- Социальные отчеты
- Устойчивые города



Концепции КСО.

1. Концепция «корпоративного эгоизма» (узкоэкономический подход);

2. Концепция «корпоративного альтруизма» (более широкий подход с точки зрения «держателей интереса»).

3. Концепция «разумного эгоизма».



Концепция «корпоративного эгоизма» (М. Фридман)

*Связан с концепцией акционерного капитала:
бизнес - организации должны служить прежде
всего экономическим интересам своих собственников -
акционеров, т.е. стремиться к получению
максимальных прибылей при условии соблюдения
правил ведения бизнеса, устанавливаемых обществом.*

Узко-экономический подход к социальной ответственности (корпоративный эгоизм).

Деловые организации должны служить интересам своих собственников

- Менеджеры являются всего лишь наемными служащими
- Задача менеджеров – вести бизнес в соответствии с желаниями собственников
- Истинная роль бизнеса состоит «в использовании его энергии и ресурсов в деятельности, направленной на **увеличение прибыли** при условии, что он придерживается правил игры... (и) участвует в открытой конкурентной борьбе, **не прибегая к мошенничеству и обману**»
- Организация несет социальную ответственность, соблюдая законы и предписанные правила ведения бизнеса.

«Бизнес начинает сознавать, что ключевой фактор, стимулирующий социально ответственное поведение, – это ожидание стейкхолдеров, и, соответственно, отношения с ними следует рассматривать как основу процессов становления ответственной компании».

(Международный форум лидеров бизнеса, 2003)



Концепция «корпоративного альтруизма» (П. Друкер)

Этот подход состоит в том, что корпорации несут не только экономическую, но и социальную ответственность, как перед акционерами, так и перед другими заинтересованными группами (стейкхолдерами).

Заинтересованные стороны (стейкхолдеры):

индивидуумы, организации или сообщества, имеющие непосредственное отношение к деятельности компании или связанные с её деятельностью косвенно.



Выделяют следующие виды заинтересованных сторон:

- 1) Основные заинтересованные стороны* – это индивидуумы, организации и сообщества, которые имеют прямое отношение к деятельности компании (собственники, сотрудники, клиенты, поставщики, бизнес – партнёры, а также местные сообщества);
- 2) Косвенные заинтересованные стороны* — это индивидуумы и организации, имеющие косвенное отношение к деятельности компании (органы государственного управления, некоммерческие и общественные организации, профессиональные объединения, активисты, конкуренты и СМИ).

Этический подход (с точки зрения заинтересованных лиц):

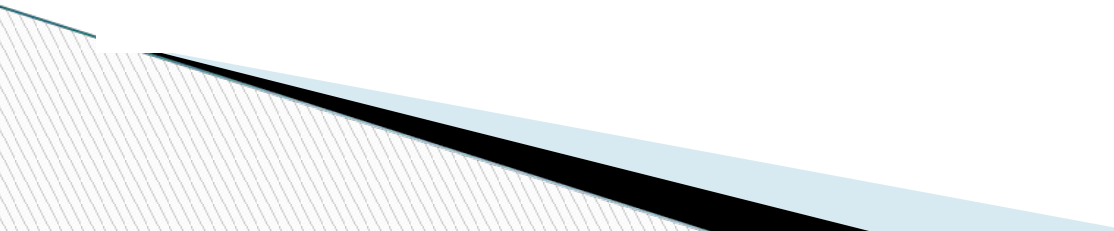
Организация имеет обязательства этического характера перед *стейкхолдерами*

- **Общественная среда способна существенно влиять на достижение организацией её целей**
- **Руководству организации приходится уравнивать внутренние чисто экономические цели с социальными, этическими и экономическими интересами стейкхолдеров**
- **Подход наиболее распространен на развитых рынках**

Теория «разумного эгоизма» (enlightened self-interest)

- ▣ *Теория «разумного эгоизма» (enlightened self-interest)* настаивает на том, что социально ответственный бизнес – это просто «хороший бизнес», поскольку сокращает долгосрочные потери в прибыли (long-term profit loss). Тратя деньги на социальные и филантропические программы, корпорация сокращает свои текущие прибыли, но в долгосрочной перспективе создает благоприятное социальное окружение и, таким образом, устойчивые прибыли в будущем. Проявление социальной ответственности позволяет улучшить имидж корпорации, отношения в коллективе, привлечь новых клиентов, увеличить объемы продаж своей продукции (услуг), в результате чего растет стоимость акций корпорации на рынке.

Социальная ответственность корпораций проявляется перед:

- ▣ **Заказчиками:** как можно лучше удовлетворять потребности покупателей, гарантировать добросовестную конкуренцию между предприятиями;
 - ▣ **Сотрудниками:** стремиться к обеспечению рабочих мест, повышению реального дохода и гуманизации труда;
 - ▣ **Инвесторами (акционерами):** обеспечивать им начисление доходов на вложенный капитал, выплату дивидендов, премии за риск;
 - ▣ **Обществом в целом:** обеспечивать сохранение окружающей среды, развивать программы образования, здравоохранения, вкладывать средства в борьбу с преступностью, наркоманией. Корпорации должны создавать такое положение, при котором предприятие благодаря своей способности уплачивать налоги обеспечивало бы всему обществу возможность выполнения своих задач.
- 

Пример 1.

Одна из ведущих сетей кофеен «Старбакс» («Starbucks Coffee Co.») включает политику социальной ответственности во все аспекты своей работы. Это касается подходов к выбору поставщиков кофе (соблюдение прав человека, норм охраны труда компаниями-производителями кофе), отношения к окружающей среде, к персоналу.

С 1998г. «Старбакс» поддерживает организацию Conservation International, выступающую за устойчивые технологии в сельском хозяйстве, защиту биоразнообразия через изменение подходов к производству кофе. Результатами программы стало увеличение на 60% доходов фермеров, выращивающих кофе по новой технологии, и на 220% – числа кофейных плантаций, расположенных в зоне тропических лесов без повреждения биоразнообразия.

Ответственность перед потребителями и партнерами определяет отношение предприятия к качеству своей продукции.

Пример 3.

ЗАО «ТПК «ДМ Текстиль Менеджмент» на каждом этапе производства осуществляет не менее чем тройной контроль качества сырья и готовой продукции.

Ежегодно проводится добровольная сертификация товара независимыми организациями: производство имеет сертификаты ISO и ЭКОТЕКС (высший сертификат для текстильной продукции, позволяет поставлять ее в ЕС), особое внимание уделяется товарам для детей – все сырье (хлопок, красители и др.), а также продукт на выходе сертифицируются.

Об успешности применяемых мер говорит тот факт, что 98% продукции присваивается первый сорт. Компания активно проводит работу с покупателями по каждому каналу сбыта, все рекламации и претензии рассматриваются в кратчайшие сроки.

Пример 2.

Крупнейший банк Великобритании «Co-operative bank» – один из лидеров в распространении принципов социальной ответственности в банковской сфере.

Важный документ, регулирующий его деятельность, – «Политика этических инвестиций». Она включает 8 пунктов, где описывается позиция компании в отношении социальных инвестиций, определяющих ее отказ от участия в сделках по продаже оружия представителям диктаторского режима, от инвестиций в табачные компании и организации, занимающиеся производством и продажей натурального меха.

«Co-operative bank» стал одним из первых английских банков, опубликовавших ежегодный отчет (за 1997г.) о политике и программе социальной ответственности. Компания регулярно проходит социальный аудит и основывает свою маркетинговую политику на этических принципах.

Помимо внедрения КСО в деловую практику, публикации своей политики и отчетов, банк расходует более 3,2 млн. долл. США на различные общественно значимые программы.

Аргументы ПРОТИВ широкой социальной ответственности:

- Снижение доходных статей компании
- Расходы на программы социальной ответственности в конечном итоге переносятся на потребителей в виде повышения цен
- Возможное снижение заработной платы, снижение дивидендов, сокращение инвестиций в отделы НИОКР, в обновление и совершенствование производственных мощностей
- Принятие социальной ответственности может ввести в заблуждение членов организации относительно её главных целей
- Ответственность за решения социальных проблем должна лежать на индивидуумах, а не компаниях

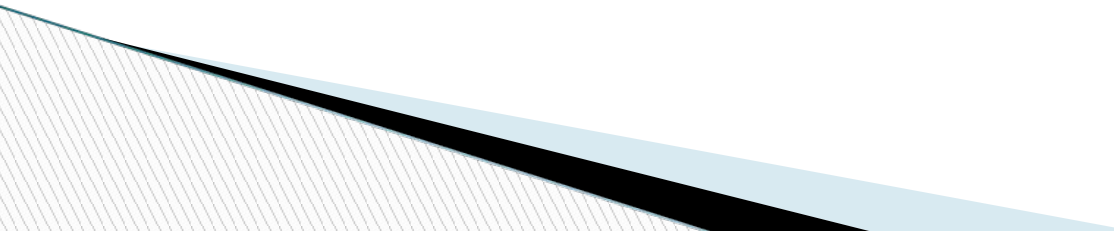
Аргументы ПРОТИВ широкой социальной ответственности (продолжение)

- Решение социальных проблем должно находиться в компетенции государственных и муниципальных органов и предприятий - руководители корпораций не научены решать общественные проблемы
- Компания может проиграть в конкурентной борьбе другим компаниям;
- Эффект социальных программ не может быть точно определен - о результатах подобных действий крайне трудно отчитываться перед заинтересованными лицами и широкой ответственностью

Аргументы ЗА социальную ответственность:

- Социальная вовлеченность совпадает с интересами компании, т.к. создает лучшее общество и лучшую среду для бизнеса организации
- Средство формирования и поддержания положительного публичного имиджа
- Социально ответственный и этичный менеджмент предупреждает или ослабляет отрицательный эффект воздействия на организацию со стороны таких влиятельных групп как государственные и муниципальные органы власти
- Широкая общественность ожидает этичного поведения организаций и их руководства - несоответствие этим ожиданиям может привести к негативным последствиям

Аргументы ЗА социальную ответственность (продолжение):

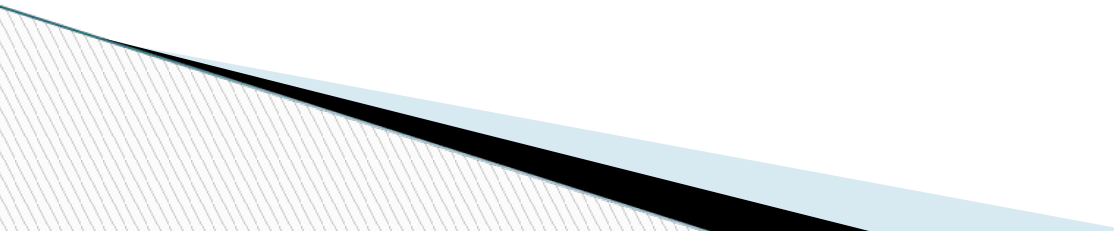
- Собственники, менеджеры и сотрудники организации являются членами общества и для них естественным является следовать его моральным нормам
 - Создаваемые организациями социальные проблемы, такие как, например, загрязнение окружающей среды, должны решаться за счет этих организаций
 - Социальная ответственность уравнивает могущество и ответственность компании
 - Социальная ответственность оправдывает существование организации как элемента общества
- 

Социальные инвестиции

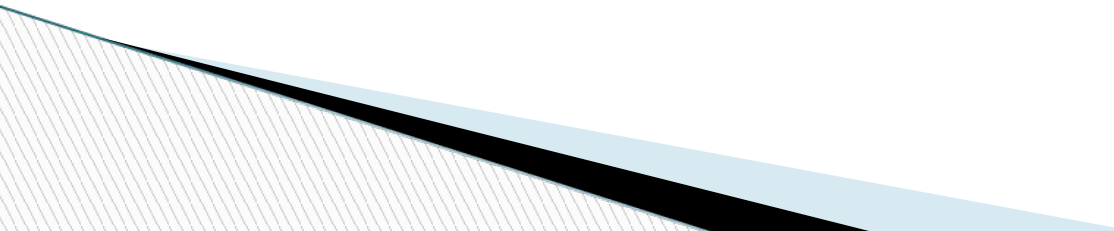
Социальные инвестиции — форма финансовой или иной ресурсной помощи, оказываемой компанией на реализацию долгосрочных и, как правило, совместных партнерских программ, направленных на снижение социального напряжения в регионах присутствия компании и повышении уровня жизни различных слоев общества.

Социальные инвестиции — основа для социальной отчетности компании, предназначенной для общественности и всех заинтересованных аудиторий.

Одна из тенденций последних трех лет – рост инвестиций в проекты предприятий, касающиеся социальной ответственности. Данного рода инвестиции включают:

- прямые вложения в социально значимые проекты, которые могут окупиться;
 - денежные пожертвования;
 - бесплатное предоставление фондам и общественным организациям времени своих сотрудников, включая топ-менеджеров;
 - безвозмездная передача товаров или услуг;
 - предоставление возможности работникам жертвовать деньги на социальные проекты из своей зарплаты (многие компании добавляют к ним корпоративные средства);
 - использование влияния компании для продвижения той или иной социально значимой программы, решения общественной проблемы.
- 

Часто программы социальных инвестиций осуществляются предприятиями в партнерстве:

- с благотворительными фондами, международными организациями;
 - с другими компаниями;
 - с некоммерческими организациями.
- 

Пример

Программы компании «Диажео», крупнейшего международного производителя продуктов питания, осуществляемые в партнерстве с некоммерческими организациями, дают возможность жителям областей, городов, на территории которых она работает, успешно решать социальные проблемы и расширять знания и навыки персонала.

Программа «Вода для жизни» связана с доступом населения к чистой воде, что актуально для южных стран, а программа «Навыки жизни» направлена на обучение безработных, молодежи, заключается в предоставлении профессиональных знаний с целью снижения безработицы и бедности.

Вид партнерства	Преимущества	Примеры совместной деятельности
С благотворительными фондами, международными организациями	<p>Позволяет компании реализовывать свои социальные программы в сотрудничестве с профессионалами фондов и международных организаций, экономить ресурсы, получая дополнительное финансирование на свои проекты. Международные фонды имеют огромный опыт в профессиональном управлении средствами на благотворительность, в справедливом и прозрачном распределении ресурсов, в отслеживании целевого расходования пожертвований и грантов. В частности, британский благотворительный фонд CAF помогает управлять социальными программами более 60% крупных британских компаний</p>	<p>Программа «Новый день» АКБ «Росбанк», 30% бюджета которой предоставляет Детский фонд ООН UNICEF, программы социальных грантов</p>
С другими компаниями	<p>Позволяет предприятию принять участие в определении приоритетов, выработке единых правил в сфере социальной политики, сократить расходы на составление собственных документов и политики, а также без существенных затрат улучшить имидж организации, дать определенное послание целевой аудитории</p>	<p>Усилия Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП) по выработке единого кодекса корпоративной этики, деятельность Ассоциации менеджеров России по определению принципов социальной ответственности, связанных с особенностями российского бизнеса</p>
С некоммерческими организациями (НКО)	<p>К таковым относятся экологические, правозащитные организации, общества потребителей и иные некоммерческие организации, деятельность которых призвана защищать права и интересы рядовых членов общества и затрагивает корпоративные интересы. Технологии, которые НКО предлагают компаниям, позволяют достичь максимального результата в решении поставленных социальных задач при минимальных организационных затратах</p>	<p>Сотрудничество в выработке законодательства или добровольных правил в сфере экологической безопасности, экологическое образование детей и подростков, совместная поддержка природоохранных зон и заповедников, усилия по повышению правовой грамотности работников</p>

Социальные программы компании.

Социальные программы компании — добровольно осуществляемая компанией деятельность в социальной, экономической и экологической сферах, которая носит системна характер, связана с ее миссией и стратегией развития бизнеса и направлена на удовлетворение запросов различных заинтересованных в деятельности компании сторон.

Социальные программы компании — комплексы мероприятий, увязанные по ресурсам, исполнителям и срокам , обеспечивающие эффективное решение приоритетных внутренних корпоративных социальных задач (**внутренняя КСП**) или внешних социальных проблем территории пребывания (**внешняя КСП**).

Виды корпоративных социальных программ:

1. Программа пожертвования клиентов

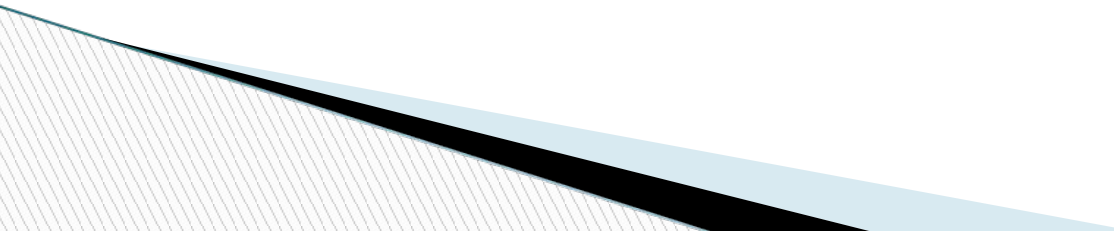
Примеры:

В петербургской сети книжных магазинов «Книгомир» собирают игрушки и книги для детей из психоневрологического Дома ребенка №2. Посреди торгового зала находятся специальные полки для книг и преимущественно мягких игрушек. А другая книжная сеть — «Буквоед» — организовала целую кампанию «Подари ребенку книгу», в рамках которой книги собирали для детей, находящихся в детских домах. В самом «Буквоеде» отмечают, что были собраны не только книги, принесенные из дома покупателями, но и издания, приобретенные непосредственно в самих магазинах посетителями, узнавшими об акции, но не имевшими с собой детских книг.

- В Северодвинске в центральных городских магазинах «ЦУМ» и «Радуга» весной 2004 года прошла акция, в рамках которой посетители, желавшие помочь оснащению игротеки в Детской городской больнице №1, могли приобрести игрушки в магазинах и там же отдать их на благотворительные цели.
- В каждом магазине московской торговой сети «Седьмой континент» установлены ящики для сбора средств, которые идут на нужды детских домов. Компания осуществляет благотворительную помощь трем Домам ребенка, двум интернатам для больных детей, детскому дому и детскому санаторию. Не остаются без внимания школы, детские сады и муниципальные учреждения системы воспитания и образования. Дети получают книги, игрушки, инвентарь.



Виды корпоративных социальных программ (продолжение):

2. Грантовый конкурс (определяет наиболее эффективные социальные проекты)
 3. Стипендии (распределяются на конкурсной основе)
 4. Фонд местного сообщества (объединяет усилия бизнеса, власти и общества для решения локальных проблем)
 5. Корпоративный фонд (создается на средства предприятия)
- 

6. Программа пожертвования сотрудников

Внутрикорпоративная благотворительная **программа РОСБАНКА «Право помогать есть у каждого».**

«Право помогать есть у каждого» представляет собой программу поддержки Банком частных пожертвований сотрудников. В рамках этого проекта сотрудники Банка имеют возможность самостоятельно определить, каким организациям они хотели бы перечислить часть своей зарплаты. А Банк со своей стороны поддерживает подобные инициативы и удваивает эту сумму. Участие в подобной программе позволяет многим сотрудникам реализовать свою потребность помогать нуждающимся.

В настоящее время в базе данных программы находится шесть проектов, которым сотрудники могут оказать финансовую помощь:

- Общество помощи аутичным детям «Добро»;
- Хоспис № 2 УЗ САО г. Москва;
- Региональный общественный фонд содействия охране здоровья детей «Здоровый ребенок»;
- Благотворительный фонд «Мир счастливого детства»;
- Региональная общественная организация инвалидов «Центр гуманитарных программ»;
- Всемирный фонд дикой природы (WWF).

(Проект был начат в конце декабря 2002 года и продолжается в настоящее время.)

Задание

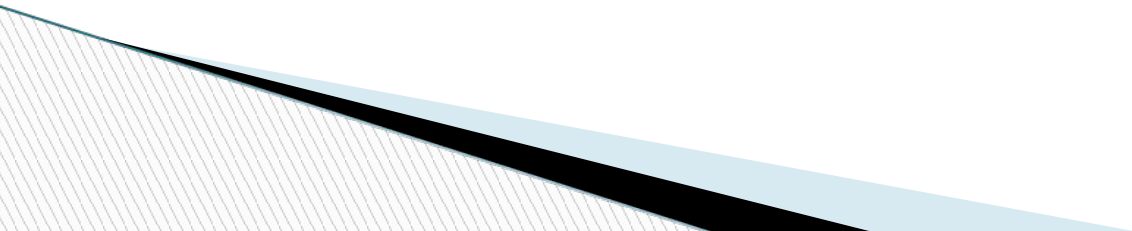
Оцените, что является негативным фактором для развития данного проекта: «Святой источник»

Компания "Святой Источник" с момента своего возникновения пытается подключить своих клиентов к делу помощи Русской православной церкви. На бутылках с водой «Святой источник» помещена надпись: "Часть полученных от продажи денег пойдет на строительство храмов». На пожертвования компании восстанавливаются храмы, содержатся служащие ряда епархий, приюты для детей-сирот и богадельни для престарелых. Нам не удалось выяснить, какой именно процент от продаж идет на богоугодные дела, а также общую сумму благотворительных пожертвований компании.

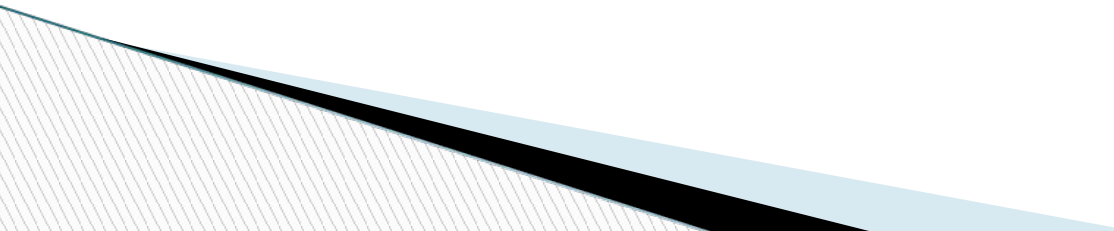
Социальные и благотворительные программы «ТНК-ВР» (пример)

Направления деятельности	Программы и мероприятия
Программа поддержки образования и талантов	Создание молодежного движения «Разумное поколение» в Нижневартовске; выпуск просветительских телевизионных программ для молодежи и брошюр антинаркотической тематики в рамках программы «ТНК против наркотиков» в Оренбурге, приобретение оборудования для компьютерных классов в сельских районах Республики Удмуртия и Саратовской области, помощь Федерации интернет-образования Карелии и Тюмени, вузам (Университету им. Менделеева, ЮФУ, ТНГУ, АтиСО, ТПУ, РЭА, СПбГУ)
Поддержка культуры и национального наследия	Спонсорская помощь фестивалю «Музыкальный Кремль» в Москве, фестивалю «Самотлорские ночи»; помощь Государственному музею-заповеднику С. А. Есенина
Спортивные инициативы	Организация турниров и соревнований, финансирование клубов и т.д.
Гуманитарные мероприятия	Подарки и праздники для детей в школах и интернатах; ежемесячная финансовая поддержка муниципальным департаментам социального обеспечения, детским домам, больницам и клиникам, ветеранским организациям, воинским частям; создание системы благотворительных фондов («Родниковый край» в Удмуртии, фонд «Радуга» в Саратовской области и фонд «Элезн» в Тюменской области)
Охрана окружающей среды, здравоохранение и безопасность	Новые общежития на удаленных месторождениях, дополнительный транспорт для доставки вахтовиков на месторождения, сооружение новых и ремонт существующих дорог, приобретение установок очистки воды

Составляющие модели социальной ответственности и этики корпорации:

- **экономическая,**
 - **правовая,**
 - **этическая**
 - **добровольная ответственность корпорации.**
- 

Восемь уровней социальной ответственности бизнеса.

1. Базовой ответственности
 2. Внутренней ответственности
 3. Уровень благотворительности и спонсорства
 4. Сочетание второго и третьего уровней
 5. Учитывающий интересы всех стейкхолдеров
 6. Социальные инвестиции, нацеленные на долгосрочный эффект
 7. Венчурная филантропия
 8. Извлечение социальной полезности от благотворительных акций, а не улучшение экономических показателей фирмы
- 

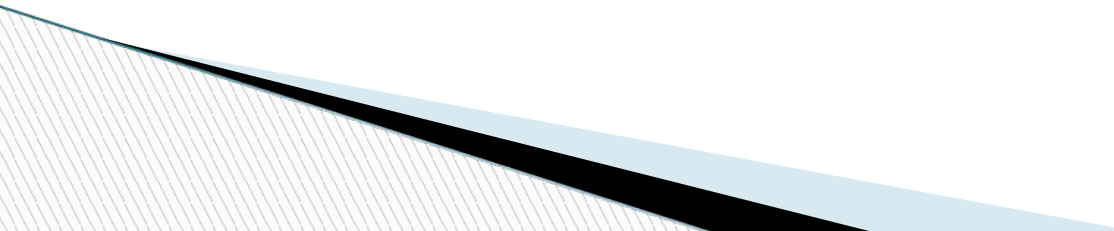
Уровни социальной ответственности

- ▣ *Первый* – уровень базовой ответственности, включающий обязательства бизнеса в рамках этических норм и действующего законодательства в области занятости, охраны труда, здоровья, окружающей среды, уплаты налогов и др.

Уровни социальной ответственности

- ▣ **Второй** – уровень **внутренней социальной ответственности**, связанный с осуществлением программ социальных льгот, предоставляемых работникам на основе добровольно взятых компанией обязательств, направленных на создание и поддержание корпоративной культуры, развитие чувства корпоративной принадлежности, приверженности сотрудников ценностям и идеалам компании.

Уровни социальной ответственности

- ▣ *Третий* – уровень социальной ответственности, связанный с оказанием традиционной благотворительной помощи и спонсорством.
 - ▣ *Четвертый* – это комбинация второго и третьего уровней, связанная как с осуществлением программ социальных льгот, предоставляемых работникам на основе добровольно взятых компанией обязательств, так и с оказанием традиционной благотворительной помощи, спонсорством.
- 

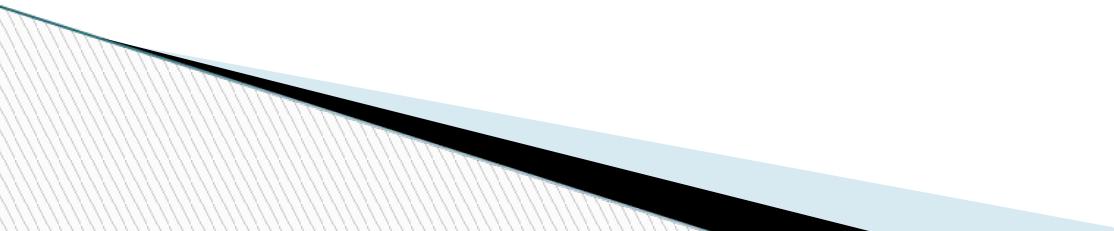
Уровни социальной ответственности

- ▣ *Пятый* – уровень социальной ответственности, ориентированный на достижение корпоративных целей и учитывающий интересы внутренних и внешних стейкхолдеров (уровень социальной ответственности, максимизирующий финансово-экономические показатели деятельности компании, благодаря целенаправленной социальной политике.).

Уровни социальной ответственности

- ▣ *Шестой* уровень - социальные инвестиции, направленные на реализацию социально значимых программ, разработанные с учетом интересов основных внутренних и внешних заинтересованных сторон в предположении, что в стратегическом отношении компанией будет получен определенный социальный и экономический эффект в долгосрочном периоде.

Уровни социальной ответственности

- ▣ *Седьмой* уровень - венчурная филантропия, отражающая творческий, инновационный подход к решению социальных проблем. Как и социальное инвестирование, венчурная филантропия направлена на решение текущих социальных проблем и финансирование социальных проектов.
- 

Уровни социальной ответственности

- ▣ *Восьмой* - уровень социальной ответственности, включающий оказание помощи, направленной исключительно на извлечение пользы от благотворительных акций, а не на улучшение экономических показателей деятельности компании (уровень социальной ответственности, максимизирующий социальную пользу, то есть удовольствие или удовлетворение от осуществляемых благотворительных мероприятий).
- ▣ Все это возможно на фоне постепенного сдвига общественных ценностей от эгоцентризма к социоцентризму, который наблюдается сейчас в европейских и, прежде всего, в скандинавских странах.

Кейс.

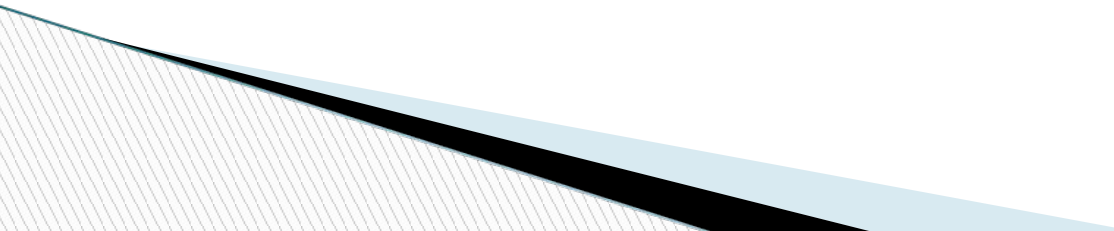
Задание.

Определите уровни ответственности в
каждом из приведенных ниже случаев

- 1). В Калининградской области проводился конкурс социальных и культурных проектов ООО "Лукойл- калининградморнефть". Конкурс социальных и культурных проектов организуется ООО "Лукойл- калининградморнефть" и некоммерческой благотворительной организацией "Благотворительный фонд "Лукойл" с целью поддержки инициатив общественных организаций и населения в решении актуальных социальных проблем;
- 2). Организация «Успех» передала безвозмездно хоккейному клубу автобусы. За это на свитерах хоккеистов решением руководства клуба был размещен фирменный логотип данной организации;
- 3). ОАО "Нойзидлер Сыктывкар" заключает с сотрудниками соглашения о долевом участии в строительстве жилых домов. Компания полностью покрывает затраты на подготовительные работы. Возведение жилого дома происходит за счет предприятия, работник впоследствии возмещает расходы из своих доходов;
- 4). Работнику аптеки ООО "Будем здоровы" выделена путевка на лечение. При этом 70 % ее стоимости оплачивает организация, остальное самим работником;
- 5). Заработная плата всех работников компании «Ветер перемен» находится в определенной зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы. «Ветер перемен» своевременно оплачивает налоги, также делает отчисления в негосударственные социальные фонды по своей инициативе. Администрация данной компании ставит целью выход на новые рынки, улучшение качественных характеристик посредством материального стимулирования работников и расширение рабочего штата в ближайшей перспективе. Сотрудники компании очень дорожат своими рабочими местами при таких условиях работы.

Высшей формой социальной ответственности бизнеса является включение его в систему социального партнерства.

Под социальным партнерством следует понимать механизм налаживания и поддержания конструктивного взаимодействия власти, бизнеса и населения, направленного на решение общественно значимых проблем в социальной, экономической и экологической сферах.



Тройственная модель КСО



Основные документы, регламентирующие взаимодействия в «тройственной модели» социальной ответственности

ДОКУМЕНТЫ	
Для Администрации	Для Работодателя
<p>Стратегия социального развития региона</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Декларирует приверженность региона и администрации принципам социальной ответственности. ▪ Ставит цели региона и администрации в области социальной ответственности. ▪ Описывает социальные программы, реализуемые в регионе в сфере социальной ответственности. 	<p>Стратегия КСО предприятия</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Декларирует приверженность работодателя принципам КСО. ▪ Ставит цели работодателя в области КСО. ▪ Описывает социальные программы, реализуемые работодателем.
<p>Политика поддержки предприятий в сфере социальной ответственности</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Отражает принципы, в соответствии с которыми администрация оказывает поддержку тем или иным предприятиям в той или иной форме. 	<p>Стандарт «социального соответствия», типа SA 8000, ISO 26000</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Описывает взаимоотношения работодателя и работника в сфере КСО.
<p>Методика оценки социальной обстановки в регионе</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Описывает механизм «обратной связи»: каким образом измерить достижение поставленных администрацией целей в сфере социальной ответственности. 	<p>Стандарт социальной (нефинансовой) отчетности, типа GRI, AA 1000</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Описывает процесс информирования общественности о целях и достижениях в сфере КСО (и других).

Таблица – Индексы социальной ответственности

Индексы	Описание	Примеры
Фондовые индексы социальной ответственности	Назначение социальных фондовых индексов - обеспечить принятие решений в рамках социально ответственного инвестирования (social investing, ethical investing, mission-based investing). Для инвестиционного портфеля отбираются ценные бумаги только тех компаний, которые отвечают заданным социальным или экологическим критериям. При формировании социальных инвестиционных портфелей используются критерии отбора по отраслям и по видам деятельности.	Domini Social Index 400 (DSI 400), FTSE4Good, Dow Jones Sustainability Index, NASDAQ Social Index
Нефондовые индексы социальной ответственности	Нефондовые индексы используются для сравнительного позиционирования и основываются на оценке деятельности компании различными группами заинтересованных сторон. Высокое значение такого индекса является свидетельством высокой социальной ответственности компании и, в отдельных случаях предоставляет ей право использовать специальный логотип корпоративной социальной ответственности.	Corporate Philanthropy Index (CPI), Social Index (SI) Датского министерства социальной политики