Корпоративная социальная ответственность бизнеса

Преподаватель – Смирнов Никита Александрович

Зачем компаниям нужна социальная ответственность:

- укрепление репутации и и лицензии на ведение производственной деятельности
- защита репутации и бренда
- новые возможности для найма, удержания и развития персонала
- увеличение влияния и управления нефинансовыми рисками
- лучшее понимание условий ведения бизнеса
- понимание общественных процессов и укрепление общественного доверия
- сохранение рынков
- обеспечение устойчивого развития

Что такое корпоративная социальная ответственность (КСО) ?

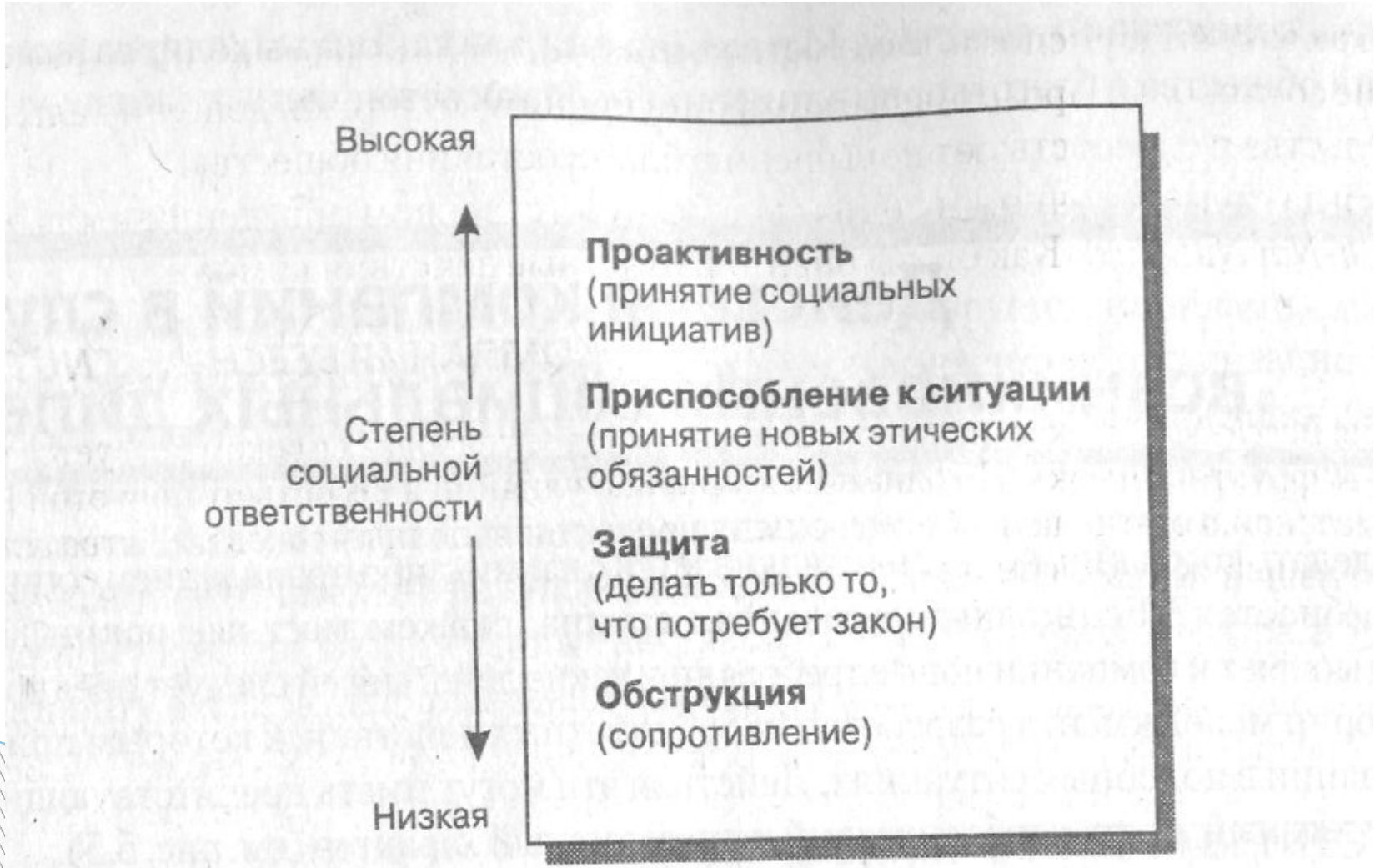
- КСО определяется как ведение бизнеса таким образом, чтобы соответствовать либо превышать этические, коммерческие или публичные ожидания общества от бизнеса.

- КСО – это ответственность бизнеса перед деловыми партнерами, сотрудниками, акционерами, перед местными сообществами и населением.

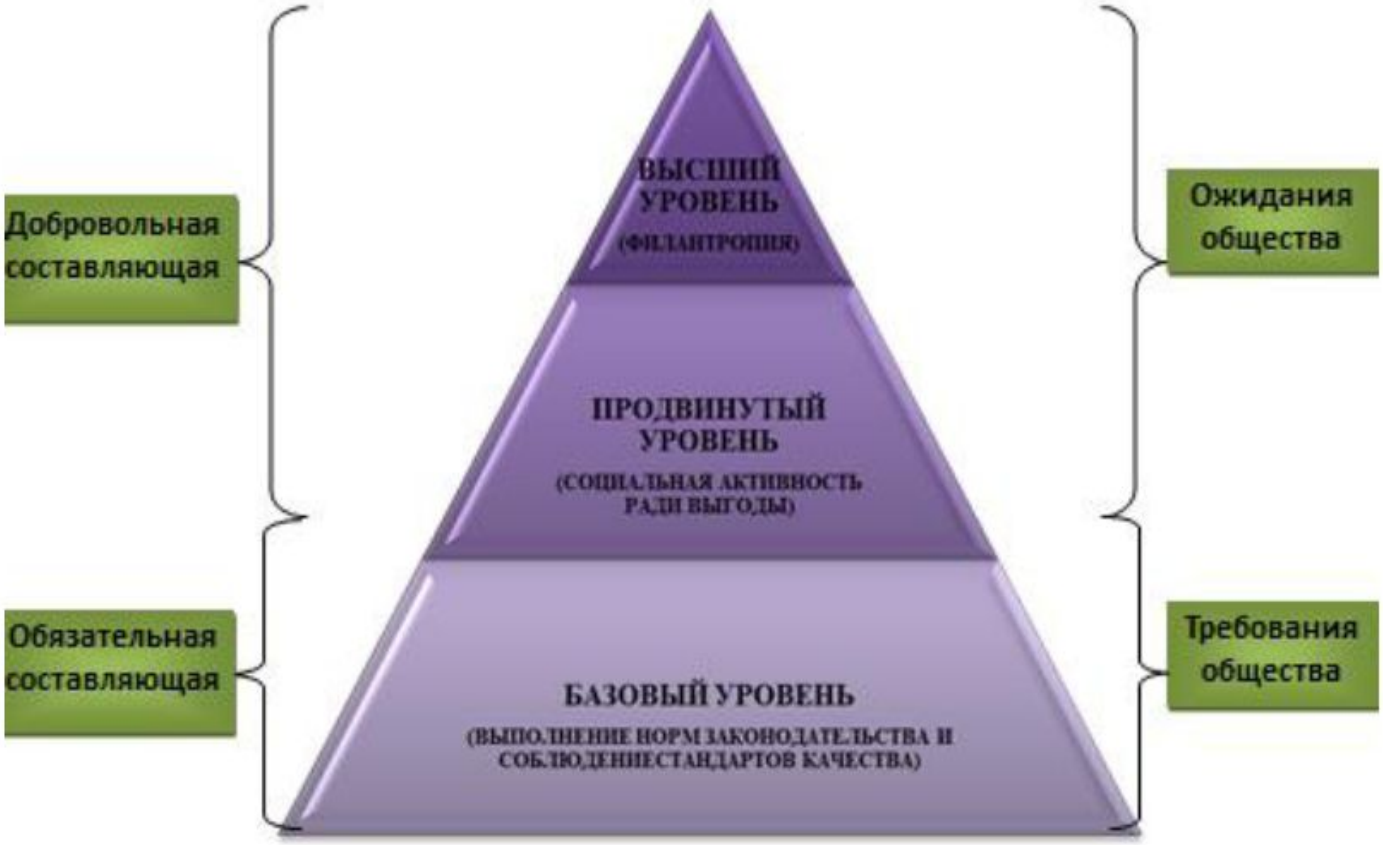
Корпоративная социальная ответственность

- 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.

Реакция компании на социальные дилеммы

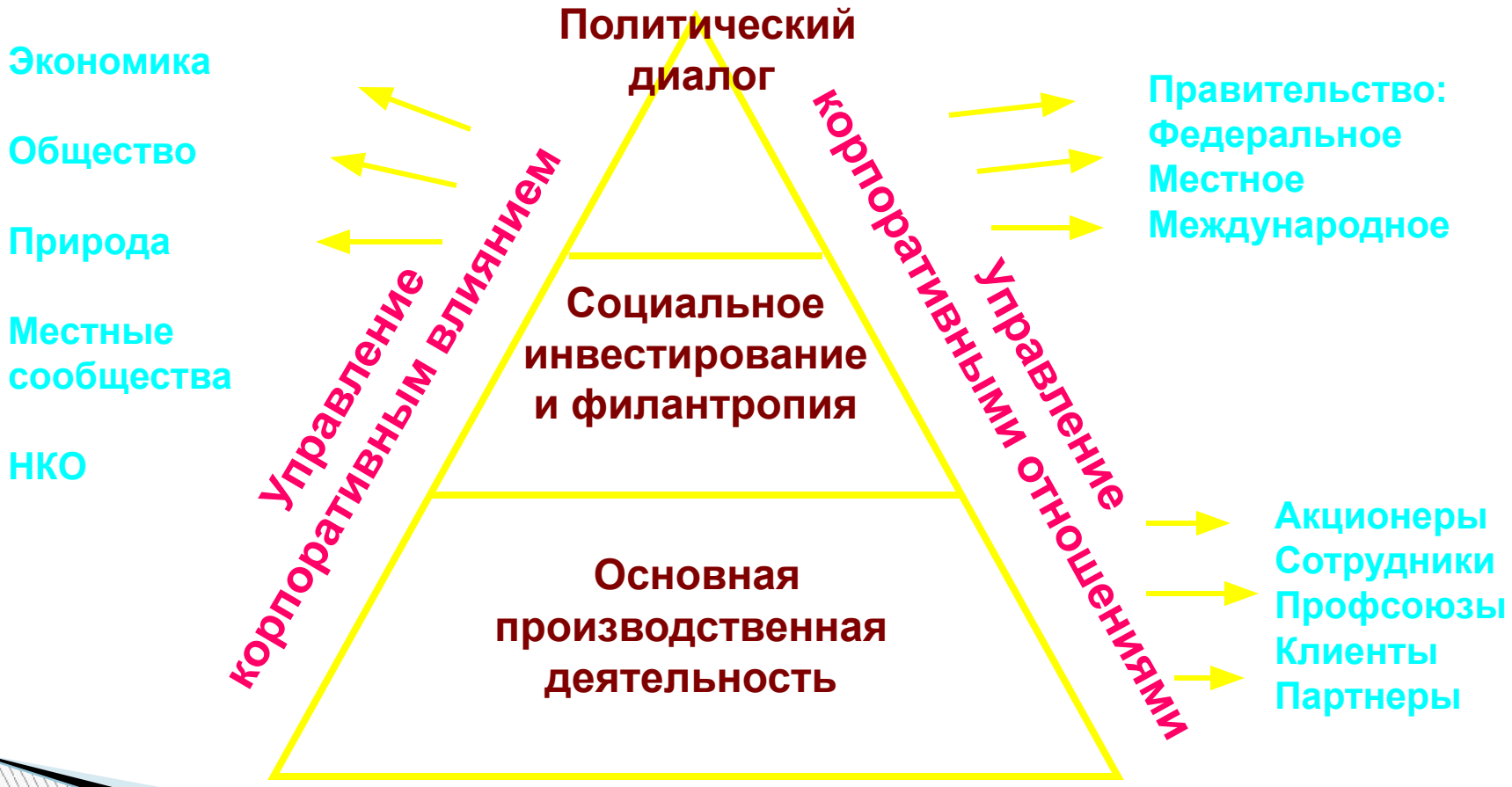


Иерархия КСО



Условия, необходимые для развития КСО:

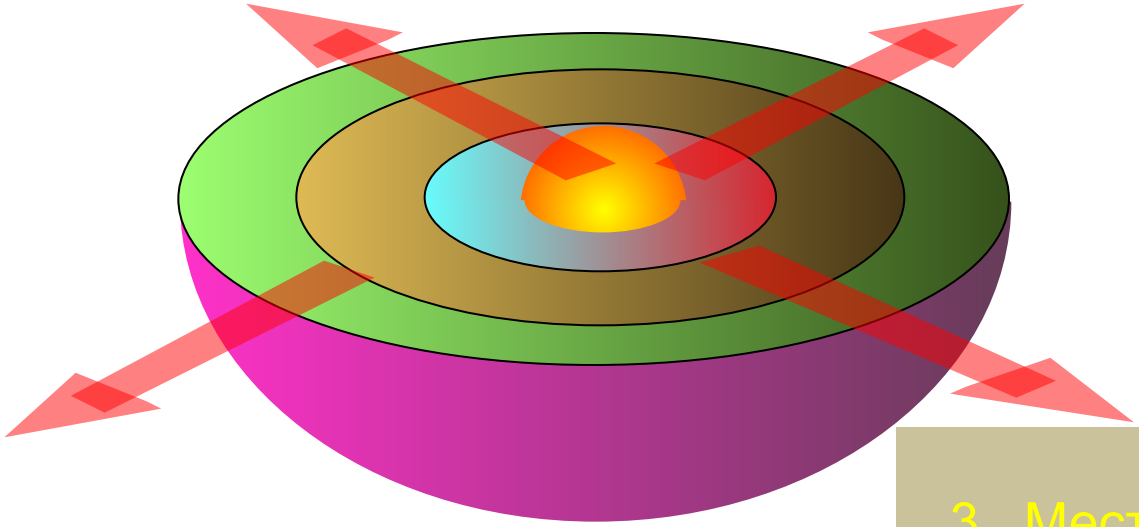
Корпоративная социальная ответственность



Социальная ответственность в разных сферах влияния

1. Основная деятельность

2. Поставщики и клиенты

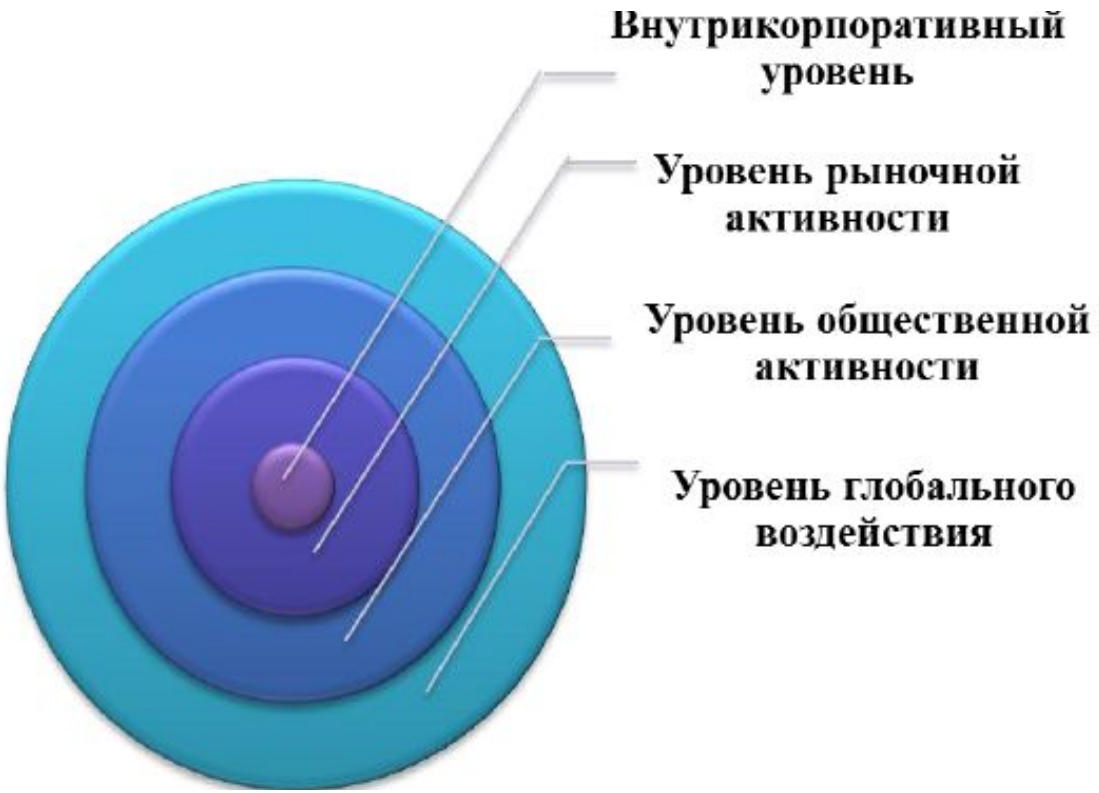


3. Местные сообщества

Эволюция подхода

	1 волна	2 волна	3 волна	4 волна
цель	благотворительность	стратегическая филантропия	социальные инвестиции (в местное сообщество)	здоровая благоприятная бизнес-среда
мотивация	моральный долг	долгосрочная/ прямая выгода	долгосрочная прямая выгода	прямая выгода
стратегия	одноразовая, ad hoc	систематическая	стратегическая	организационная составляющая
выделенный штат	администратор	менеджер	предприниматель/ консультант	на всех уровнях управления
структура	оторвана от бизнеса	оторвана от бизнеса, но связана с интересами бизнеса	часть деятельности подразделения компании	интегрирована во все бизнес-функции
инициатива	пассивна	ответ на запрос из целевых областей	активна	включена в принятие решений
форма участия	наличные и продукция	наличные, пожертвования, навыки и продукция	все ресурсы бизнеса	включена в прибыль и задачи развития компании
движущая сила	«каприз» руководства	наличие инструкций	связь с бизнесом, четкие инструкции	часть бизнес-стратегии
устойчивость	одноразовая	поддержка инициатив по конкретным проблемам	плотная связь и профессиональное развитие НКО	часть управления бизнесом/задачи и оценка

Уровни воздействия КСО

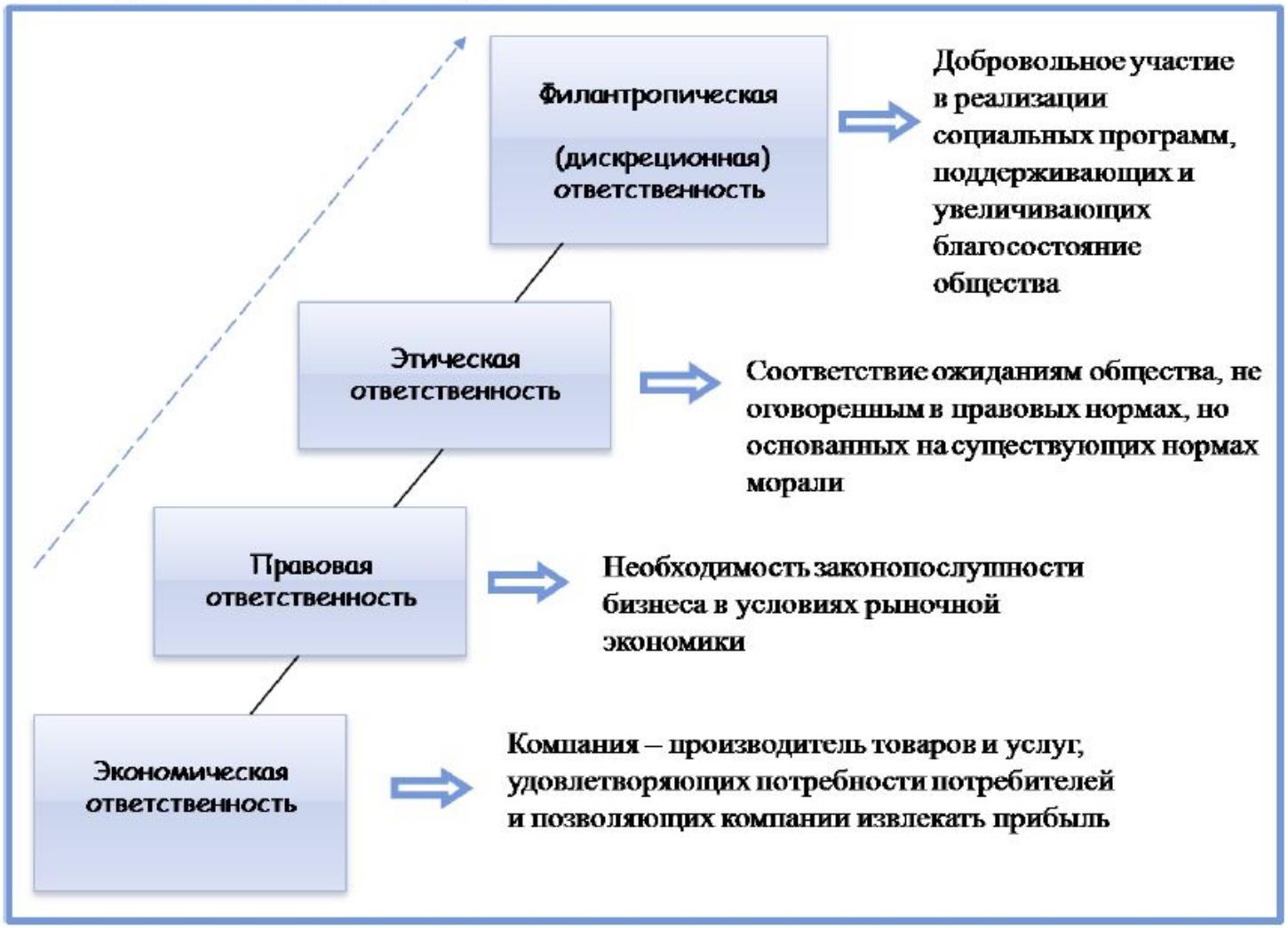


Модели КСО – А. Кэрролл

Матрица заинтересованных сторон и уровней корпоративной социальной ответственности

Заинтересованные стороны	Уровни КСО			
	Экономическая	Правовая	Этическая	Филантропическая
Собственники				
Потребители				
Работники				
Местное сообщество				
Конкуренты				
Поставщики				
Группы активистов				
Общество в целом				
Прочие				

Модель А. Кэрролла



Интересы участников социальных отношений

Социальная ответственность: цели участников

РАБОТНИКИ	*РАБОТОДАТЕЛИ*	*ВЛАСТЬ*	*ОБЩЕСТВО В ЦЕЛОМ*
Основные цели			
Стремление к достойной жизни	**Создание комфортных условий для бизнеса**	**Упрочение авторитета**	**Устойчивое развитие**

Социальная ответственность: интересы участников

• Улучшение условий труда. • Достойная оплата труда. • Защита жизни, здоровья, имущества. • Социальный пакет (медицинское, пенсионное страхование, детские сады, ясли, дома отдыха). • Улучшение условий труда, морального климата в коллективе. • Уважение прав личности. • Поддержка образования. • Поддержка творческих начинаний.	• Улучшение имиджа предприятия. • Расширение спроса на производимую продукцию. • Получение доступа на международные рынки. • Повышение привлекательности на рынке труда. • Улучшение условий труда, повышение заинтересованности работников. • Управление рисками, возникающими в социальной сфере. • Получение «общественной лицензии» на ведение бизнеса. • Установление хороших отношений с властью. • Приобретение средства защиты собственности от недружественного поглощения. • Повышение инвестиционной привлекательности.	• Получение средств контроля над социальной ситуацией в регионе. • Облегчение проверки выполнения работодателями региона требований трудового законодательства. • Стимулирование решения социальных проблем работодателями. • Повышение привлекательности региона на рынке труда; закрепление трудоспособного населения в регионе. • Поощрение деятельности администрации вышестоящими органами власти. • Получение позитивной оценки деятельности администрации электоратом.	• Создание новых рабочих мест. • Создание социальных объектов (детских садов, школ, больниц, спортивных сооружений). • Поддержка образования. • Поддержка и проведение культурных и спортивных мероприятий. • Снятие социальной напряженности. • Благоустройство населенных пунктов. • Снижение вредных воздействий на окружающую среду. • Экономное расходование невосполнимых ресурсов. • Создание инфраструктуры.

КСО:ожидаемые результаты

РАБОТНИКИ	РАБОТОДАТЕЛИ	ВЛАСТЬ	ОБЩЕСТВО В ЦЕЛОМ
Ожидаемые результаты			
УДОВЛЕТВОРЕНИЕ ОТ РАБОТЫ, УВЕРЕННОСТЬ В ЗАВТРАШНЕМ ДНЕ	СТАБИЛЬНАЯ ПРИБЫЛЬ, РОСТ КАПИТАЛИЗАЦИИ	СТАБИЛЬНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, РОСТ ПРИЗНАНИЯ	БЛАГОСОСТОЯНИЕ

Модель взаимодействия участников КСО в регионе

- Создание позитивного имиджа предприятия (**регламенты конкурсов**).
- Финансовая поддержка мероприятий в области КСО (**регламент ассигнования бюджетных средств**).

- Реализация внутренних социальных программ (**регламент отбора приоритетных программ**).
- Систематическая работа в социальной сфере (**SA 8000, ISO 26 000, CSR/КСО - 2008, иные стандарты**).

- Реализация социальны программ региона (**регламент отбора приоритетных программ**).
- Социальная отчетность (**GRI, AA 1000, иные стандарты**).

- Повышение качества человеческих ресурсов (**регламент оценки качества**).
- Повышение удовлетворенности (**регламент оценки удовлетворенности**).

КСО: правила игры

Основные документы социальной ответственности

ДОКУМЕНТЫ	
Для Администрации	*Для Работодателя*
Стратегия социального развития региона • 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.	**Стратегия КСО предприятия** • Декларирует приверженность работодателя принципам КСО. • Ставит цели работодателя в области КСО. • Описывает социальные программы, реализуемые работодателем.
Политика поддержки предприятий в сфере социальной ответственности • Отражает принципы, в соответствии с которыми администрация оказывает поддержку тем или иным предприятиям в той или иной форме.	**Стандарт «социального соответствия», типа SA 8000, ISO 26000** • Описывает взаимоотношения работодателя и работника в сфере КСО.
Методика оценки социальной обстановки в регионе • Описывает механизм «обратной связи»: каким образом измерить достижение поставленных администрацией целей в сфере социальной ответственности.	**Стандарт социальной (нефинансовой) отчетности, типа GRI, AA 1000** • Описывает процесс информирования общественности о целях и достижениях в сфере КСО (и других).

ТИПОВЫЕ УСТАНОВКИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ

Соблюдение правовых и общепринятых морально-этических норм ведения бизнеса

Развитие конструктивного диалога с заинтересованными сторонами, добровольный и целенаправленный вклад в развитие социального прогресса, стремление действовать в русле идей «корпоративного гражданства»

В ОТНОШЕНИИ ПЕРСОНАЛА

Обеспечение безопасных методов работы и условий труда

Справедливая и конкурентоспособная оплата труда, достойный социальный пакет, широкие возможности раскрытия способностей и развития компетенций сотрудников

Распространение ответственности компании на ветеранов предприятий и членов семей работников

КОМПАНИЯ

В ОТНОШЕНИИ ПАРТНЕРОВ И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Компания - надежный поставщик качественной продукции

Построение взаимовыгодных долгосрочных партнерских отношений, развитие стратегического сотрудничества

Приоритет партнерам, разделяющим видение компанией принципов КСО

В ОТНОШЕНИИ МЕСТНЫХ СООБЩЕСТВ

Способствование гармоничному социально-экономическому развитию территорий и улучшению жизнедеятельности населения

Реагирование на нужды и проблемы различных общественных групп, участие в благотворительной и спонсорской деятельности

Ответственное природопользование и минимизация воздействия на окружающую среду, следование международным стандартам

В ОТНОШЕНИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ УПРАВЛЕНИЯ

Соответствие стратегии компании государственной экономической политике

Использование интеллектуального потенциала компании в работе над общественно значимыми проектами

Выработка совместных решений с региональными администрациями об участии в развитии территорий

Два подхода к социальной ответственности бизнеса

Концепция «корпоративного эгоизма» (узко экономический подход);

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

Основные сферы воздействия КСО

Сферы воздействия	Аспекты оценки
Показатели экономической эффективности	• экономическая результативность • присутствие на рынках • непрямые экономические воздействия
Показатели экологической результативности	• материалы • энергия • вода • биоразнообразие • выбросы,сбросы, отходы • продукция и услуги • соответствие требованиям • транспорт
Показатели результативности подходов к организации труда	• занятость • взаимоотношения сотрудников и руководства • здоровье и безопасность на рабочем месте • обучение и образование • разнообразие и равные возможности

Основные сферы воздействия КСО

Показатели результативности в сфере защиты прав человека	• практика инвестирования и закупок • недопущение дискриминации • свобода ассоциации и ведения коллективных переговоров • детский труд • принудительный и обязательный труд • подходы к обеспечению безопасности • права коренных и малочисленных народов
Показатели результативности взаимодействия с обществом	• сообщество • коррупция • государственная политика • препятствие конкуренции • соответствие требованиям
Показатели результативности в сфере ответственности за продукт	• здоровье и безопасность потребителя • маркировка продукции и услуг • маркетинговые коммуникации • неприкосновенность частной жизни потребителя • соответствие требованиям

Две точки зрения на концепции социальной ответственности бизнеса

- **Первая** — это **минимизация бизнес-рисков**, т. е. идентификация и заполнение всех пробелов, которые существуют во взаимоотношениях компании и общества.

- **Вторая** — **превращение проблем**, существующих в общественной жизни и окружающей среде, **в возможности для бизнеса.**

Социальная ответственность корпораций проявляется перед:

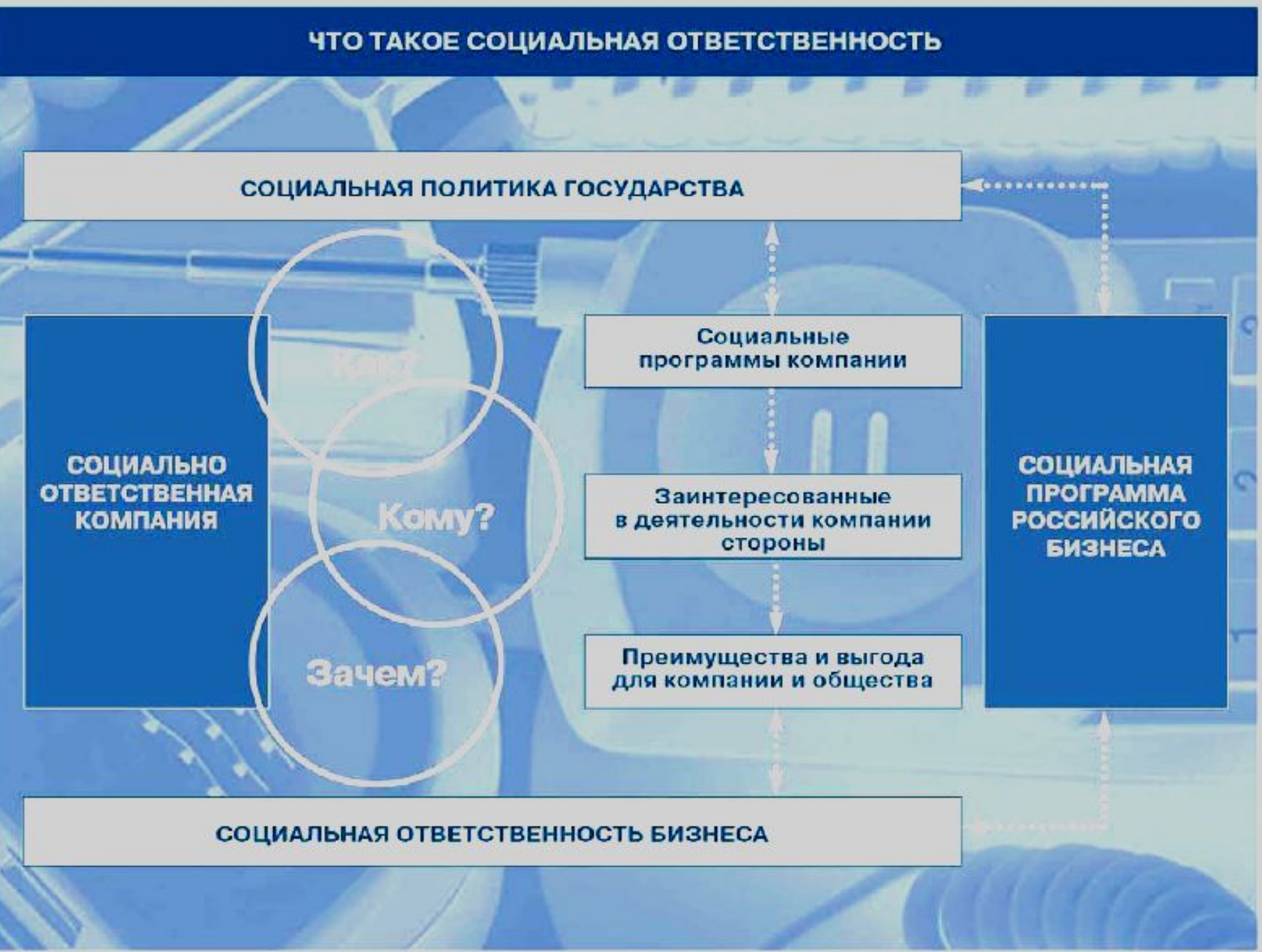
- **Заказчиками:** как можно лучше удовлетворять потребности покупателей, гарантировать добросовестную конкуренцию между предприятиями;
- **Сотрудниками:** стремиться к обеспечению рабочих мест, повышению реального дохода и гуманизации труда;
- **Инвесторами (акционерами):** обеспечивать им начисление 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.

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).

ЧТО ТАКОЕ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ



ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ КОМПАНИИ

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.

Приоритеты социальной политики компании и управление социальной ответственностью.

Приоритеты социальной политики компании — это зафиксированные в документальном виде основные направления реализации социальных программ компании.

Управление социальной ответственностью — это непрерывно протекающий в компании системный процесс, направленный на определение приоритетов социальной политики компании, формирование среды корпоративной социальной ответственности, в том числе через обучение сотрудников, с помощью создаваемой компании специализированной структуры управления, которая осуществляет подготовку, реализацию и координацию социальных программ, а также занимается процессом оценки результатов их реализации и доводит до сведения заинтересованных лиц эти результаты.

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

Направления социальных программ компании

Что такое «корпоративное гражданство» ?

Оно определяет неразрывность общих экономических принципов существования компании и ее социальной ответственности перед обществом, в котором она работает.

Основные направления корпоративной благотворительности

- социальные программы;
- культура и искусство;
- наука и образование;
- проблемные, в общественном мнении, для корпорации отрасли.

Главная цель корпоративной благотворительности

Постоянно следить за окружающей корпорацию средой, чувствовать пульс внешних и внутренних стейкхолдеров и переносить знания об этом в корпоративную стратегию.

Составляющие модели социальной ответственности и этики корпорации

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

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 полезности от благотворительных акций, а не на улучшение экономических показателей деятельности компании (уровень социальной ответственности, максимизирующий социальную полезность, 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.

Показатели, характеризующие социальные программы компаний (1)

- Объем средств, выделенных организацией на обучение;
- Объем средств, выделенных организацией на предоставление социального пакета и премиальные выплаты персоналу;
- средний уровень зарплаты персонала;
- количество сотрудников, прошедших обучение;
- количество часов обучения в расчете на одного сотрудника.

Показатели, характеризующие социальные программы компаний (2)

По социально ответственной реструктуризации:

- Объем средств, выделенных организацией на переобучение сотрудников;
- Объем средств, выделенных организацией на содействие трудоустройству высвобождаемых сотрудников;
- Объем средств, выделенных организацией на выходные пособия;
- Количество переподготовленных сотрудников.

Показатели, характеризующие социальные программы компаний (3)

По охране здоровья и безопасным условиям труда:

- **Объем средств, выделенных организацией на охрану труда и технику безопасности;**
- **Объем средств, выделенных организацией на медицинское обслуживание сотрудников предприятия;**
- **Объем средств, выделенных организацией на поддержку материнства и детства;**
- **Объем средств, выделенных организацией на поддержание санитарно-гигиенических и эргономических условий труда;**
- **Количество сотрудников, получивших путевки за счет организации.**

Показатели, характеризующие социальные программы компаний (4)

По природоохранной деятельности и ресурсосбережению:

- **Объем средств, выделенных организацией на организацию экологически безопасного производственного процесса;**
- **Объем средств, выделенных организацией на возведение очистных сооружений;**
- **Количество проведенных акций по озеленению, субботников и пр.**

Показатели, характеризующие социальные программы компаний (5)

По развитию местного сообщества:

- **Объем средств, выделенных организацией на проведение программ и акций поддержки социально незащищенных слоев населения;**
- **Объем средств, выделенных организацией на поддержку детства и юношества;**
- **Объем средств, выделенных организацией на поддержание ЖКХ и объектов культурно-исторического значения;**
- **Объем средств, выделенных организацией на спонсирование местных культурных и образовательных программ и проектов.**
- **Объем средств, выделенных организацией на поддержку социально значимых исследований и компаний;**
- **Объем средств, выделенных организацией на участие в благотворительных акциях;**
- **Количество людей, получивших в той или иной форме помощь от организации.**

Показатели, характеризующие социальные программы компаний (6)

По добросовестной деловой практике:

- **Объем средств, выделенных организацией на обучение поставщиков, бизнес-партнеров и прочих заинтересованных в деятельности организации сторон;**
- **Объем средств, выделенных организацией на проведение программ содействия малому бизнесу;**
- **Объем средств, выделенных организацией на публикацию информации об организации (корпоративный сайт, информационные брошюры и пр.);**
- **Объем средств, выделенных организацией на поддержку социально значимых исследований и компаний;**
- **Объем средств, выделенных организацией на участие в благотворительных акциях;**
- **Количество людей, получивших в той или иной форме помощь от организации.**

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 индустриям 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

Значимые результаты и преимущества КСО:

- улучшение финансовых показателей.
- сокращение операционных издержек.
- усиление торговой марки и репутации компании
- рост производительности и качества труда
- способность привлекать и удерживать лучшие высокопрофессиональные кадры
- снижение регулятивного воздействия (давления) со стороны государства
- показатели улучшения доступа к капиталу

Влияние социально ответственного поведения компаний на деятельность компаний

- Улучшение финансовых показателей фирмы
- Укрепление отношений с клиентами
- Появление у фирмы новых партнеров
- Улучшение отношений с местной властью
- Улучшение репутации, имиджа компании в сообществе
- Обкатка инновационных технологий/ совершенствование продукта
- Повышение устойчивости при кризисах
- Получение преимуществ перед конкурентами
- Повышение лояльности сотрудников
- Укрепление политической позиции компании/лидера компании

Отличия российской модели КСО от западных моделей

Критерии	Западные модели	Российская модель
Основные стейкхолдеры по степени важности	- персонал - потребители - население - акционеры	- государство - собственники - персонал - потребители
Движущие силы развития КСО	- сами компании -местные сообщества -государство	-государство -сами компании - местные власти
Роль некоммерч. организаций (НКО)	- НКО многочисленны и многообразны; - являются одной из основных сторон, стимулирующих и/или сотрудничающих с бизнесом в вопросах КСО; - оказывают большое влияние на общественное мнение и реальные механизмы воздействия на бизнес в целом	- НКО сравнительно немногочисленны; - скорее помощники, чем двигатели социальной ответственности; - не оказывают существенного влияния на общественное мнение и не проявили себя в качестве субъекта социального партнерства
Тенденции социальной отчетности	- отчеты инициируются самим бизнесом; - стандарты социальной отчетности адаптированы и широко применяются; - отчеты ориентированы на большинство стейкхолдеров	- социальная отчетность находится на начальном этапе; - не рассматривается как целостная система и недооценивается ее полезность в долгосрочной перспективе; - в основном ориентирована на государство и акционеров и в меньшей степени на общество

КСО: основные докризисные тенденции

Тенденции	Возможные пути решения проблем
Преобладание функции «коммуникативного инструмента» по сравнению с функцией стратегического управления	• Осознание мажоритарными акционерами и высшим менеджментом значения и возможностей социальной отчетности
Слабость обратных связей со стратегией и политиками	• Оценка менеджмента по критериям стратегии в сфере устойчивого развития и КСО • Создание специализированной вертикали управления КСО
Проблематичность диалога и гармонизации интересов стейкхолдеров, их равноценного отражения в отчетности	• Сбалансированный подход • Разработка эффективных стандартных процедур • Представление в отчетности реальных проблем и противоречий, отказ от стереотипов, что «всё и всегда хорошо»
Завышенные ожидания и требования региональных властей и местных сообществ, профсоюзов	• Диалог, проактивный подход • Следование стратегии компании – главный принцип • Ситуационный подход
Незначительный, в большой степени формальный интерес со стороны бизнес-сообщества, прежде всего инвесторов	• Повышение информативности, достоверности, качества отчетов • Обеспечение связи социальной отчетности с основными интересами инвесторов – корпоративным управлением, финансовыми результатами, оценкой менеджмента

Глобальный кризис и КСО

Финансовый кризис, рецессия и КСО

- **Деформация привычной модели бизнеса, неочевидность характеристик новой модели**
- **Кризис деклараций об устойчивом развитии и КСО, корпоративный эгоизм акционеров и топ-менеджмента**
- **Стремление компаний осуществлять антикризисные меры за счет «более слабых» и внешних стейкхолдеров**
- **Существенное уменьшение масштабов социальных проектов и инвестиций, возрастание сложностей диалога**
- **Дальнейшее ослабление позиций бизнеса во взаимоотношениях с государством**
- **Рост запросов регионов и местных сообществ на «софинансирование» социальных расходов**

Открытое признание проблем и их причин, разработка эффективных антикризисных программ

Декларации о КСО в условиях финансового кризиса

Сбалансированный учет интересов стейкхолдеров в рамках антикризисного развития

Сценарии кризисного и последующего развития КСО и социальной отчетности

I вариант

Коммуникативная функция остается преобладающей по отношению к стратегической

- Диалог со стейкхолдерами не получает серьезного содержательного развития
- Формально-ритуальные элементы отчетности остаются значительными и преодолеваются очень медленно
- Реальный интерес к отчетности со стороны стейкхолдеров не получает импульсов к росту

Инерционный, наиболее вероятный

II вариант

Кризис существенно повышает роль КСО как инструмента стратегии и диалога

- Усиливается взаимосвязь отчетности со стратегией и политиками
- Возрастает роль КСО как инструмента корпоративного управления и риск-менеджмента
- Активизируется диалог, компании принимают на себя значимые обязательства перед стейкхолдерами

Оптимистический, но маловероятный

III вариант

Идеология, понятийный и инструментальный аппараты КСО оказываются скомпрометированными кризисом и неисполненными обязательствами

- Общественная актуальность КСО и отчетности «в реальном выражении» снижается
- Восстановление и распространение достигнутого сегодня уровня понимания значимости КСО потребует времени и усилий

Нежелательный, но достаточно близкий к реальности

Задание:

Приведите пример инициативы или проекта компании и охарактеризуйте его с точки зрения корпоративного подхода КСО.

Спасибо за внимание!