

Доброномика для начинающих

Урок 1

Зачем
бизнесу быть
социально ответственным?



Урок 1 Зачем бизнесу быть социальным ответственным?



Corporate social responsibility (корпоративная социальная ответственность или КСО) — политика компаний в области благотворительности, экологии и защиты прав человека, которая отражается на уровне жизни и благосостоянии общества.

Корпоративная социальная ответственность добровольна для каждой компании, это те обязательства, которые компания берет на себя, помимо наложенных на нее законом.

Через эти обязательства она положительно влияет на общество — создает полезный продукт сама, привлекает внимание к каким-либо проблемам или помогает тем, кто делает что-то полезное — волонтерам и НКО.

Корпоративная ответственность может быть очень разной, как направленной вовне — помощь другим организациям и НКО, так и направленной на изменение работы самой компании — превращении ее в более устойчивую, создание стандартов социальной поддержки для сотрудников внутри компании и полной перестройке бизнес-процессов внутри компании так, что вся ее работа становится социально ответственной.



Урок 1 Зачем бизнесу быть социально ответственным?

Европейские и американские компании начали внедрять элементы социальной ответственности еще в XIX веке, но тогда все они носили несистемный характер. Понятие «социальная ответственность» ввел основатель «US Steel» Э Карнеги в книге «Евангелие процветания». Там он сформулировал для «принципы, обязательные для каждого уважающего себя капиталиста».



Эндрю Карнеги
1835 - 1919

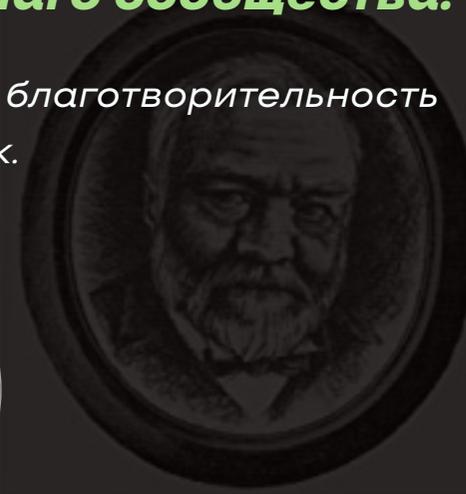
А именно то, что богатые люди должны использовать деньги для улучшения благосостояния бедных людей и рассматривать себя не как хозяев своих подчиненных, а как менеджеров ресурсов, управлять которыми надо на благо сообщества.

Сам Карнеги вложил 350 млн долларов в благотворительность и построил 2 тысячи публичных библиотек.

Другой известнейший бизнесмен Рокфеллер пожертвовал 550 млн долларов и создал собственный благотворительный фонд.



Джон Дэвисон Рокфеллер
1839 - 1937



Edited by Edward C. Kirkland

Урок 1 Какие плюсы в том, чтобы внедрять социальную ответственность в работу компании?



В первую очередь компании, которые уделяют внимание развитию корпоративной социальной ответственности, обладают лучшей репутацией

- среди инвесторов,
- потребителей,
- сотрудников,
- потенциальных сотрудников.

Молодое поколение все больше беспокоит состояние окружающей среды и забота о тех, кто оказался в сложном положении.

77% американских потребителей предпочитают покупать товары

у компаний, которые помимо извлечения прибыли уделяют внимание тому, чтобы сделать мир лучше.

При этом

73% инвесторов

при принятии решений об инвестировании в компании учитывают, как эта компания влияет на окружающую среду и какова ее репутация в целом.

Как результат, 59% организаций с развитой социальной ответственностью **увеличили свою прибыль на 10%** за последние 3 года.

Урок 1 Какие плюсы в том, чтобы внедрять социальную ответственность в работу компании?

Также, как потребители хотят покупать у социально ответственных компаний, сотрудники лучше мотивированы работать на фирмы, улучшающие мир вокруг себя.



90% сотрудников,

которые работают в компании с сильной социальной ответственностью, **более мотивированы и вдохновлены** на работу, чем те, которые работают в обычных компаниях. Кроме того, они **чаще рекомендуют вакансии** в своих компаниях друзьям, находящимся в поиске работы.

88%

сотрудников

считают, что для компаний больше неприемлемо получать прибыль способами, которые вредят обществу.

95%

сотрудников

утверждают, что компании должны приносить пользу всем вокруг — и сотрудникам, и клиентам, и обществу.

Урок 1 Какие реальные примеры социально ответственных и успешных компаний есть?



Ben & Jerry's, сеть кафе-мороженых

Эта сеть сделала КСО основой своего образа: они одними из первых в США предложили социальные бонусы сотрудникам, состоящим в однополых союзах, используют только ингредиенты, созданные по системе Fair Trade, а в штате Вермонт создали ферму, на которую трудоустраивали людей, недавно вышедших из тюрьмы. Кроме этого, в своих соцсетях они часто высказывались на социальные и политические темы, например, против тюремных сроков за употребление каннабиса.

LEGO

LEGO все знают как производителя детских игрушек, но эта компания еще и лидер в борьбе против изменения климата. В 2020 году она пообещала сделать все упаковки игрушек полностью перерабатываемыми до 2025 года. LEGO инвестировали 400 млн долларов в образовательные программы для детей, обучающие основам eco-friendly стиля жизни, а также в сокращение углеродного следа от производства и перевозки товаров. К 2030 году LEGO перейдет полностью на перерабатываемые материалы.



ИКЕА

Мировой бренд мебели знаменит своими программами по развитию sustainability (устойчивость окружающей среды). Корпорация инвестирует в солнечную и ветряную энергию, сокращает потребление энергии на собственных производствах и в магазинах, а также к 2030 планирует сократить углеродный след на 80% от того, что был в 2016 году. В IKEA придерживаются принципов равного трудоустройства и внедряют программы поддержки работников-мигрантов.

Урок 1

Социальная ответственность — это инвестиция в более благополучное общество, в более успешный бизнес и в создание сообщества близких вам по духу людей. Эти инвестиции не обязательно должны быть финансовыми: да, можно строить социально-ответственный бизнес и находить единомышленников, не выделяя на это отдельный бюджет.



Сделать мир более комфортным можно разными способами.

О них мы расскажем в следующий раз!

