



ASSOCIATION OF EUROPEAN BUSINESSES
IN THE RUSSIAN FEDERATION

**Open event organized by the PR & Communications
Committee**

“Corporate social responsibility: How to measure it? How
to manage mutual expectations of business and
government? ”

June 18, 2010
AEB Premises, Moscow

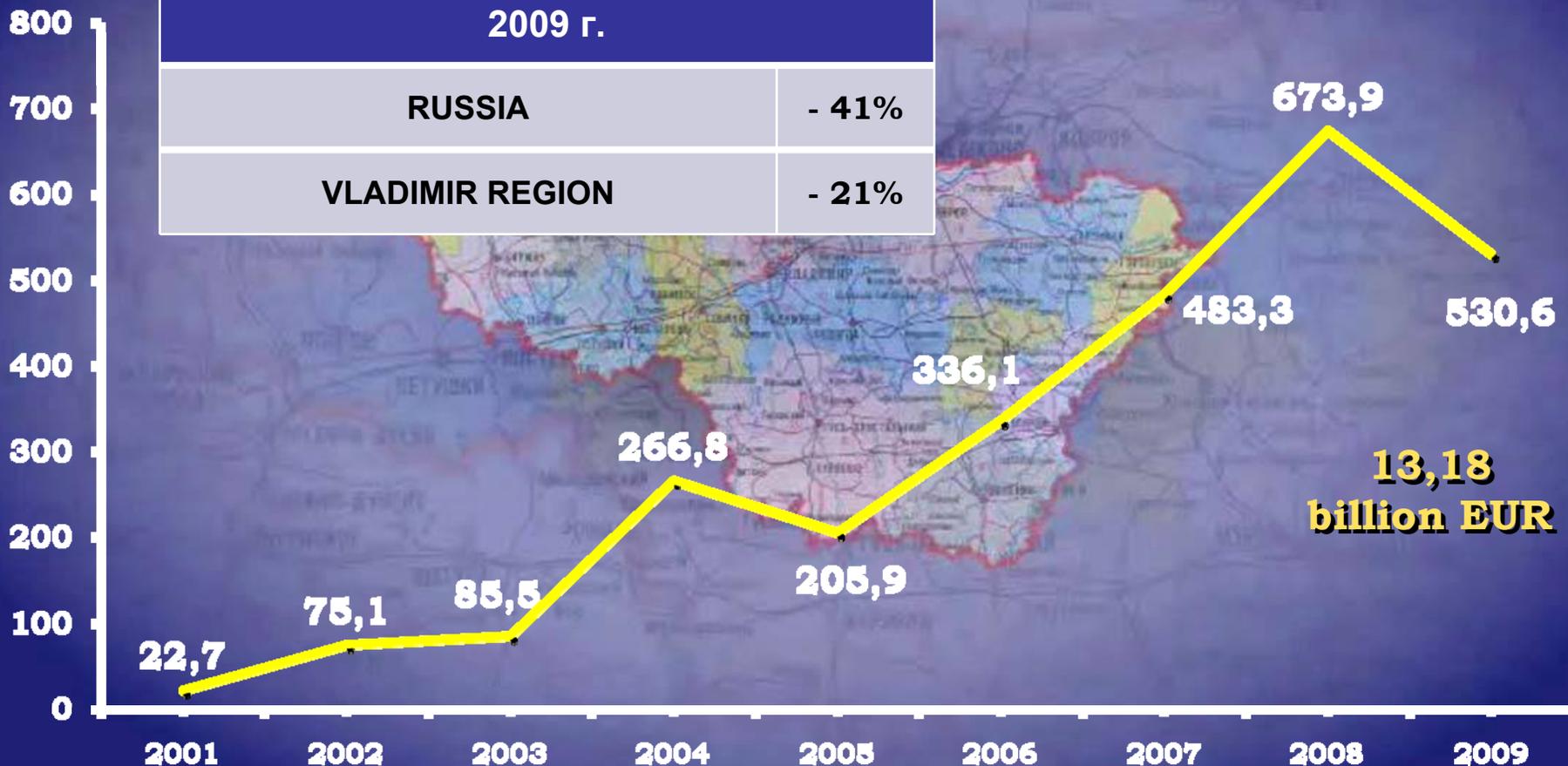


INVESTMENT PROJECTS ON THE TERRITORY OF THE VLADIMIR REGION

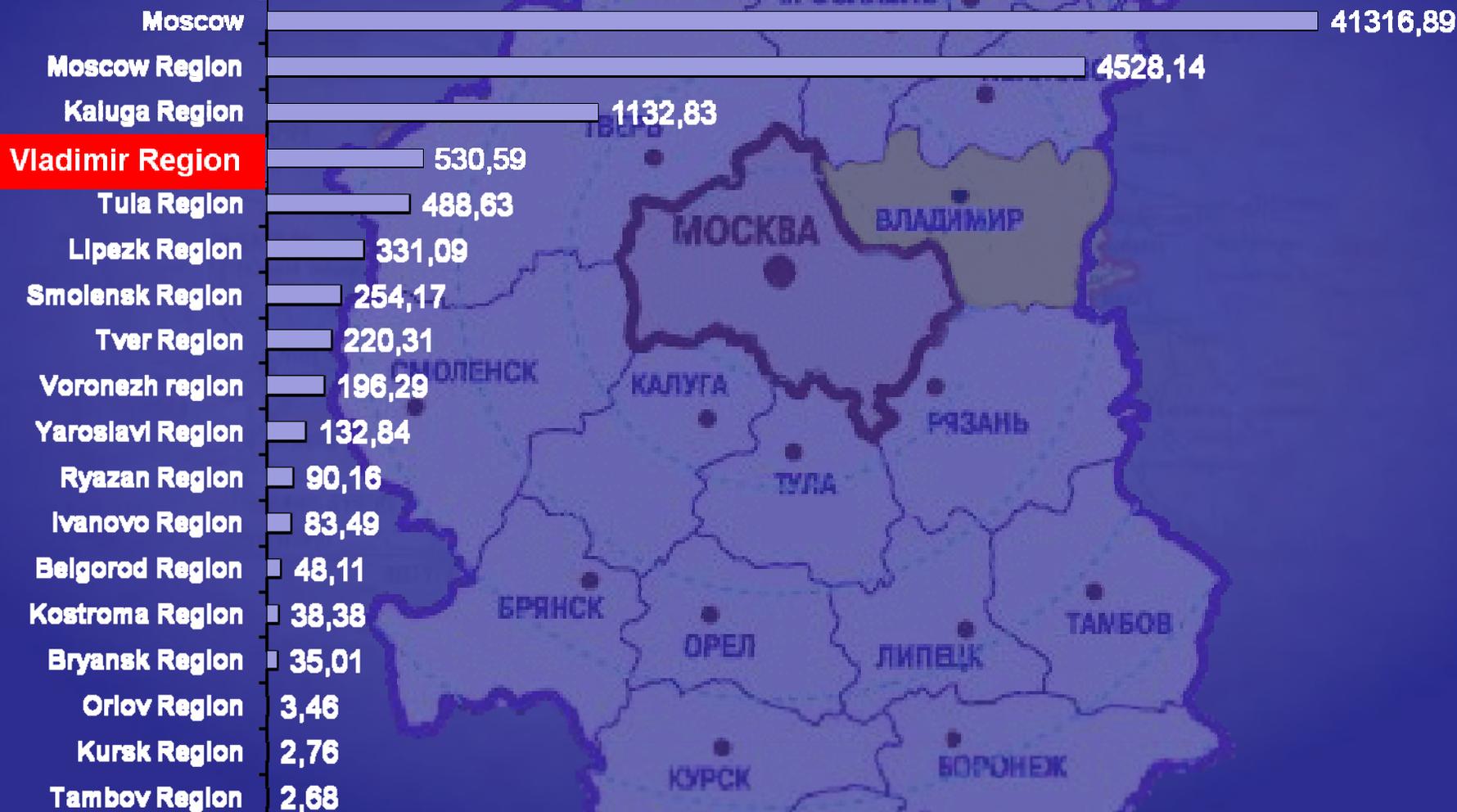


THE DYNAMIC OF FOREIGN INVESTMENTS, million dollars

2009 г.	
RUSSIA	- 41%
VLADIMIR REGION	- 21%



RATING OF THE REGIONS IN CENTRAL FEDERAL DISTRICT IN GETTING FOREIGN INVESTMENTS (2009, million dollars)



September 2, 2002

№ 90-03

Law

**on State Support of Investment
Activities Effected in the Form of
Capital Investments on the
Territory of the Vladimir Region**

A map of the Vladimir Region in Russia, showing its administrative boundaries and internal districts. The map is overlaid with a semi-transparent blue and purple gradient. The text is centered over the map.

PROMOTION OF INVESTMENT ACTIVITY

- 1. INTERDEPARTMENTAL COMMISSION FOR INVESTMENT PROJECTS REALIZATION**
- 2. REGIONAL INVESTMENT PROGRAM**
- 3. DATABASE “INVESTMENT SITES OF THE VLADIMIR REGION”**

INFORMATION SUPPORT SYSTEM OF INVESTMENT ACTIVITY

ВЛАДИМИРСКАЯ ОБЛАСТЬ
ТЕРРИТОРИЯ ДЕЛОВОГО БЛАГОПРИЯТСТВА

VLADIMIR REGION
WELCOME TO VISIT AND DO BUSINESS IN



СОСТОЯНИЕ СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ОБЛАСТИ
SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ
INVESTMENT CLIMATE OF THE VLADIMIR REGION

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО В ИНВЕСТИЦИОННОЙ СФЕРЕ
LEGISLATION IN THE INVESTMENT SPHERE

СТРУКТУРА ОРГАНОВ ВЛАСТИ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ
WELCOME TO VISIT AND DO BUSINESS IN



○ ВЛАДИМИР
VLADIMIR

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ СПРАВОЧНИК
INVESTMENT GUIDE



КАРТА-СПРАВОЧНИК
ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ
2007/2008



DVS.AVO.RU



**VLADIMIR REGION
WELCOME TO VISIT AND
DO BUSINESS IN**

**[HTTP://AVO.RU](http://AVO.RU)
[HTTP://DVS.AVO.RU](http://DVS.AVO.RU)
VLADPRED@VLADPRED.RU**

ГРУППА Ferrero

ЗАО «ФЕРРЕРО РУССИЯ»

Марина Татарская
Директор по связям с общественностью и
государственными структурами
ЗАО «ФЕРРЕРО РУССИЯ»

22.06.2010

ЗАО «Ферреро Руссия»

FERRERO



FERRERO – семейная компания



Девиз, сформулированный основателем Группы Микеле Ферреро:

«РАБОТАТЬ,
СОЗДАВАТЬ,
ДАРИТЬ»



ГРУППА FERRERO – ключевые факты

- 4 –я компания кондитерской продукции в мире
- 70 компаний и филиалов
- 22 000 сотрудников
- Годовой оборот – более 6 млрд. Евро



ГРУППА FERRERO – постоянное стремление к совершенству



«С самого начала основания компании в 1946 г., ее философией было стремление к совершенству... В основе ценностей Ферреро - забота о сотрудниках и постоянное внимание к вопросам социальной ответственности» – Франческо Паоло Фульчи, Вице-президент группы Ферреро

- Принципы и ценности группы Ферреро сформулированы в «Кодексе корпоративной этики» (доступен на сайте www.ferrero.com)
- Ключевые аудитории: сотрудники компании, местные общины, поставщики и дистрибуторы, профсоюзы, государственное управление, СМИ, деловое сообщество
- Доверие потребителей – ключевой показатель действенности политики по CSR

22.06.2010

FERRERO

Принципы группы FERRERO в контексте CSR

- Принципы группы Ферреро соответствуют конвенциям ООН, (в т.ч. Конвенциям «Глобальный договор» и «Права ребенка»), конвенции Международной организации труда и Всемирной организации

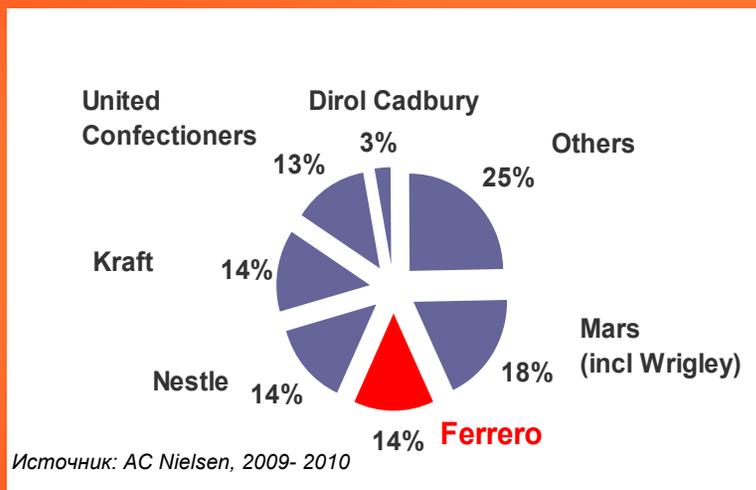
Принципы группы FERRERO в контексте CSR

- Во всех регионах присутствия – соблюдение единых стандартов, на основе принципов Группы Ферреро:
 - «Укоренение» на территории
 - Разумное использование и развитие человеческих ресурсов
 - Бережное отношение к окружающей среде
 - Внимание к потребностям местной общественности
 - Конкретные действия в ответ на нужды людей
 - Продвижение ценностей здорового образа жизни

ФЕРРЕРО В РОССИИ

- Разветвленная коммерческая структура
- Собственное производство
- Устойчивая позиция среди лидеров российского кондитерского рынка

Российский кондитерский рынок, в денежном выражении, 2009*



FERRERO

15 лет в России!

Италия – Люксембург – Россия

Именно у своих истоков небольшое семейное предприятие в г. Алаба на севере Италии группа «Ферреро» является одним из лидеров мировой кондитерской индустрии. Группа «Ферреро», со штаб-квартирой в Люксембурге, объединяет 38 торговых компаний и 18 собственных производственных предприятий, на которых трудятся 22 тысячи сотрудников.

«Ферреро» уже 15 лет успешно реализует в России свои всемирно известные кондитерские изделия, такие как: RAFFAELLO, FERRERO ROCHER, KINDER CHOCOLATE, KINDER SURPRISE, NUTELLA, TIC TAC. Продукция «Ферреро» заслужила популярность у российского потребителя благодаря отличному качеству, уникальности и неповторимым вкусовым характеристикам.

Генеральный директор ЗАО «Ферреро Руссия» Артуро Мариа Кардеуз:

«За 15 лет присутствия в России мы прошли все этапы организационного развития, начиная с открытия небольшого московского представительства до создания крупной коммерческой компании и строительства собственной фабрики. За эти годы мы построили разветвленную дистрибуционную сеть, обеспечив качественное присутствие нашей продукции от Калининграда до Камчатки. В настоящее время Россия занимает четвертое место в группе «Ферреро» по товарообороту после Италии, Германии и Франции.

Мы благодарны нашим потребителям – за доверие и лояльность к нашим продуктам. Мы признательны нашим бизнес-партнерам – за поддержку и сотрудничество в развитии бизнеса «Ферреро» на российском рынке. Особые слова благодарности хочется сказать нашим сотрудникам – за преданность, мотивацию и настойчивость в достижении высоких результатов».




Фабрика «Ферреро» во Владимирской области

В мае 2008 года компания «Ферреро» начала строительство первого в России собственного производственно-логистического комплекса во Владимирской области (село Варва, Собинский район). Инвестиции в строительство – более 200 миллионов евро.

На первом этапе запланирован запуск двух производственных линий.

Спроектировано фабрикой осуществляется на приобретенной компанией земельном участке в 420 000 м² (42 гектара), размеры которого предусматривают возможность организации объектов собственной независимой инфраструктуры и дальнейшего расширения производственных площадей.



Kinderr Chocolate

Маленький шоколад ванильного вкуса с молочной начинкой, созданный в 1968 году специально для детей специалистами компании «Ферреро» в Германии. «Kinder Шоколад» стал первым продуктом «Ферреро» под брендом «Kinder» (Kinder), популярной марки для детей в категории детских сладостей. «Kinder Шоколад» обладает мягким и нежным вкусом, который по достоинству оценят и маленькие потребители, и их мамы.



Castelferra Raffaello

История «Рaffaello» насчитывает более 20 лет: конфеты «Рaffaello» были созданы в 1989 году специалистами входящей в группу «Ферреро» компании «Сороматекс С.А.» (Бельгия) – научно-исследовательским центром по разработке новых видов продукции. Благодаря своему оригинальному внешнему виду и уникальной рецептуре, сочетающей миндальный орех, нежный крем и кожисовые хлопья, конфеты «Рaffaello» – один из самых успешных и известных брендов «Ферреро» на многих европейских рынках, а также в России и других странах СНГ.

ЗАО «ФЕРРЕРО РУССИЯ»: Ключевые факты

1995

Выход на Российский рынок

2000

Начало инвестиций в создание собственной коммерческой структуры

2008

Начало строительства фабрики во Владимирской обл., инвестиции 200 млн Евро

2010

Запуск российского производства

Информирование местной общественности о реализации производственного проекта

INVESTMENT AND BUSINESS MEDIA

Фабрика «ФЕРРЕРО» будет образцовой

FERRERO

В конце 2007 года губернатор Владимирской области Николай Вологодский, глава Собинского района Валентина Анохина и генеральный директор ЗАО «ФЕРРЕРО Руссия» Артуро-Мария Канделу подписали протокол об условиях осуществления инвестиционных обязательств в данном регионе. Итальянская компания «ФЕРРЕРО» приняла решение построить в Собинском районе фабрику по выпуску кондитерских изделий. Николай Вологодский заявил тогда, что «привет итальянской компании «ФЕРРЕРО» возмощит Владимирскую область, а значит, подарит работу жителям в России по производству кондитерских изделий». Стоимость инвестпроекта - 200 млн евро.

С тех пор прошло почти 10 лет. 27 июня 2018 года губернатор Николай Валентинович Вологодский и в России губернатор Валентина Александровна Анохина подписали соглашение о сотрудничестве. В документе прописаны условия реализации проекта. Это соглашение является основой для реализации проекта. Мы уверены, что это соглашение будет способствовать развитию экономики Владимирской области и созданию новых рабочих мест. Мы уверены, что это соглашение будет способствовать развитию экономики Владимирской области и созданию новых рабочих мест.

Уже в начале 2008 года началось строительство. В течение года были построены основные производственные корпуса. В начале 2009 года началась установка оборудования. В течение года были построены основные производственные корпуса. В начале 2009 года началась установка оборудования.

В начале 2009 года началась установка оборудования. В течение года были построены основные производственные корпуса. В начале 2009 года началась установка оборудования.



Символический запуск первого кондитера в кондитерской фабрике «Ферреро» 27 мая 2008 г. | Процесс подписания соглашения между фабрикой «Ферреро» и Собинским районом 27 апреля 2009 г. | Николай Вологодский на фабрике «Ферреро» 27 апреля 2009 г.

FERRERO

15 лет в России, 2 года во Владимирской области!



Турнир «Молодые таланты» 20 мая 2008 г. | Турнир по футболу «Золотые ворота» в Коврове 24 июня 2008 г. | Чествование на губернаторской комиссии 27 октября 2009 г.



Кондитерская фабрика «Ферреро» в п. Ворша Собинского района Владимирской области - это современный производственно-логистический комплекс общей площадью 80000 м²

На фабрике запущены 2 линии: по производству молочного шоколада Kinder Chocolate и конфет Raffaello.

Олег Дерий: «Главное - ваше доверие!»

В конце 2007 года губернатор Владимирской области Николай Вологодский, глава Собинского района Валентина Анохина и генеральный директор ЗАО «ФЕРРЕРО Руссия» Артуро-Мария Канделу подписали протокол об условиях осуществления инвестиционных обязательств в данном регионе. Итальянская компания «ФЕРРЕРО» приняла решение построить в Собинском районе фабрику по выпуску кондитерских изделий. Николай Вологодский заявил тогда, что «привет итальянской компании «ФЕРРЕРО» возмощит Владимирскую область, а значит, подарит работу жителям в России по производству кондитерских изделий». Стоимость инвестпроекта - 200 млн евро.

С тех пор прошло почти 10 лет. 27 июня 2018 года губернатор Николай Валентинович Вологодский и в России губернатор Валентина Александровна Анохина подписали соглашение о сотрудничестве. В документе прописаны условия реализации проекта. Это соглашение является основой для реализации проекта. Мы уверены, что это соглашение будет способствовать развитию экономики Владимирской области и созданию новых рабочих мест. Мы уверены, что это соглашение будет способствовать развитию экономики Владимирской области и созданию новых рабочих мест.



Олег Дерий, директор кондитерской фабрики «Ферреро»

«По сути дела»

Бережливость окружающую среду - это аксиома и добрый дело. В каждой из нас живет инстинкт заботы о природе. Мы хотим жить в чистом и здоровом мире. Мы хотим жить в чистом и здоровом мире. Мы хотим жить в чистом и здоровом мире.

Мы хотим жить в чистом и здоровом мире. Мы хотим жить в чистом и здоровом мире. Мы хотим жить в чистом и здоровом мире. Мы хотим жить в чистом и здоровом мире. Мы хотим жить в чистом и здоровом мире.

Мы хотим жить в чистом и здоровом мире. Мы хотим жить в чистом и здоровом мире. Мы хотим жить в чистом и здоровом мире. Мы хотим жить в чистом и здоровом мире. Мы хотим жить в чистом и здоровом мире.



22.06.2010

ЗАО «Ферреро Руссия»

FERRERO

Социальные инициативы Ферреро на локальном уровне



22.06.2010

ЗАО «Ферреро Руссия»

FERRERO

Социальные инициативы Ферреро на локальном уровне

Благотворительность и корпоративное волонтерство



22.06.2010

ЗАО «Ферреро Руссия»

FERRERO

Корпоративное социальное партнерство

- Эффективное выполнение собственных бизнес задач
- Активная вовлеченность в жизнь местной общественности
- Все действия – в соответствии с едиными принципами компании

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Марина Татарская
Директор по связям с общественностью и
государственными структурами
ЗАО «ФЕРРЕРО РУССИЯ»

Marina.Tatarskaya@ferrero.com

Тел. (495) 961 24 00

22.06.2010

ЗАО «Ферреро Руссия»

FERRERO



Жанна Волкова,
Директор по маркетингу Kelly Services

решения

по управлению персоналом

АУТСОРСИНГ И КОНСАЛТИНГ • ПРОЕКТИРОВАНИЕ • ОБРАЗОВАНИЕ • ЮРИСПРУДЕНЦИЯ
• ИССЛЕДОВАНИЯ • НАУКА • ОФИС • ФАРМАЦЕВТИКА • ПРОМЫШЛЕННОСТЬ •
МАРКЕТИНГ • КОЛЛ-ЦЕНТР • АВТОМОБИЛЬНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ • УПРАВЛЕНИЕ
• ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ • ФИНАНСЫ • ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ •
АУТСОРСИНГ ПРОЦЕССА РЕКРУТМЕНТА • АУТСОРСИНГ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ • КАДРОВЫЙ
КОНСАЛТИНГ • ОРГАНИЗАЦИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ • ВРЕМЕННЫЙ ПЕРСОНАЛ • КАДРОВОЕ
АДМИНИСТРИРОВАНИЕ • ПОДБОР ПОСТОЯННОГО ПЕРСОНАЛА

Социальная ответственность бизнеса
в структуре лояльности персонала

KELLY



KELLY GLOBAL WORKFORCE INDEX

Октябрь 2009 – Январь 2010



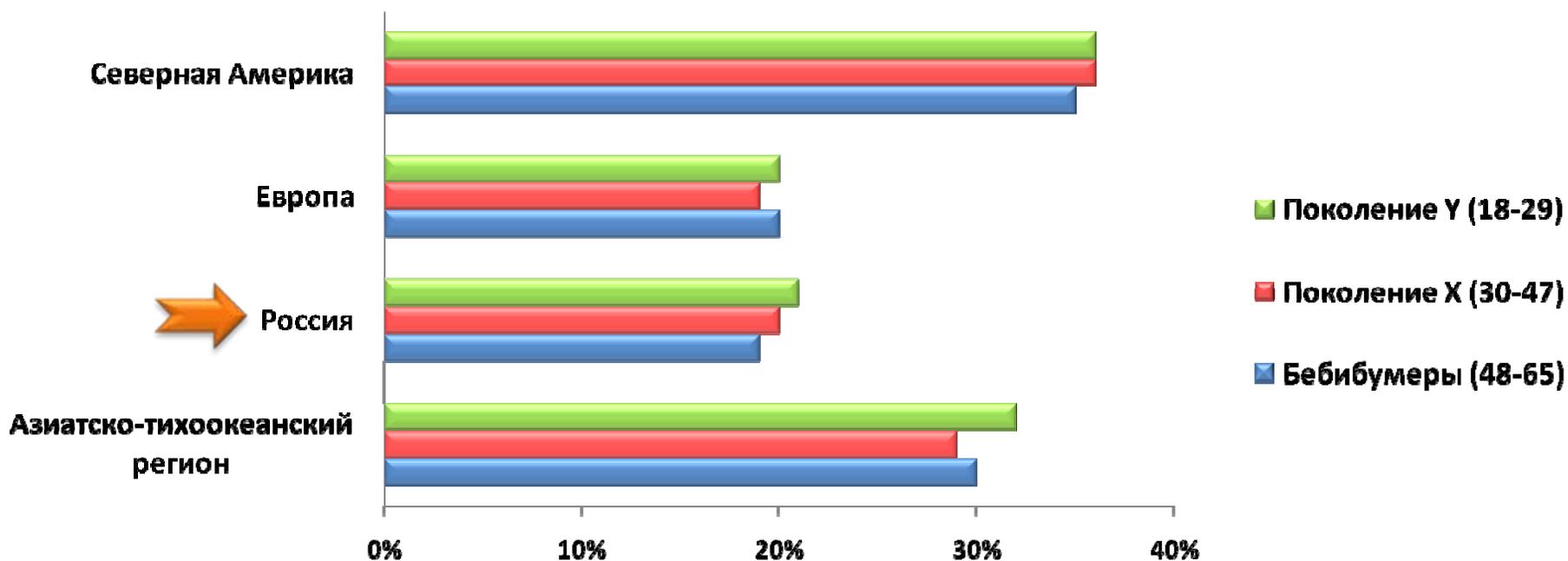
29 стран, 134 000 участника, 5 500 в России

KELLY



KELLY GLOBAL WORKFORCE INDEX

Как следствие кризиса, стали вы более лояльны по отношению к своему работодателю?

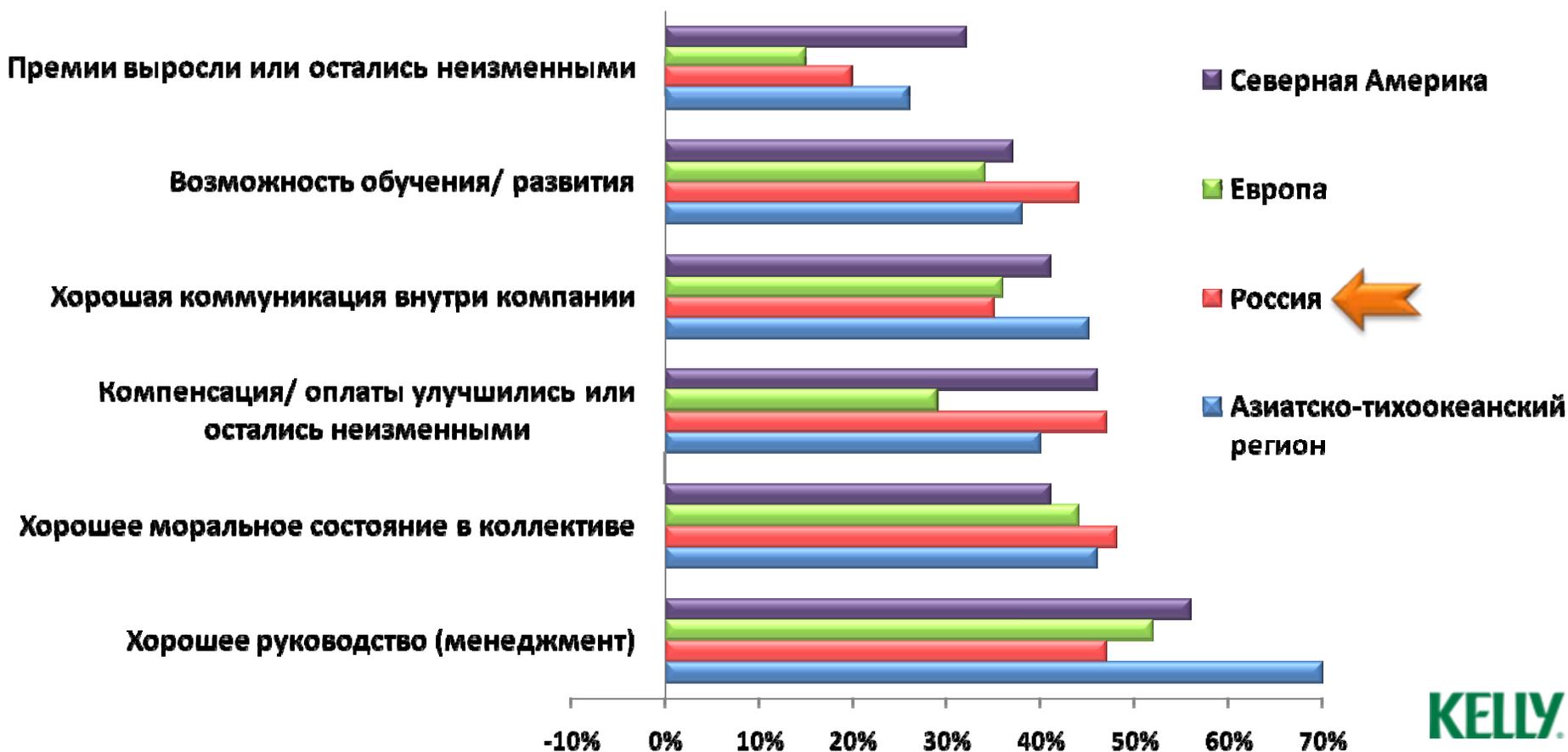




KELLY GLOBAL WORKFORCE INDEX

Каковы причины того, что Вы стали более лояльны по отношению к своему работодателю?

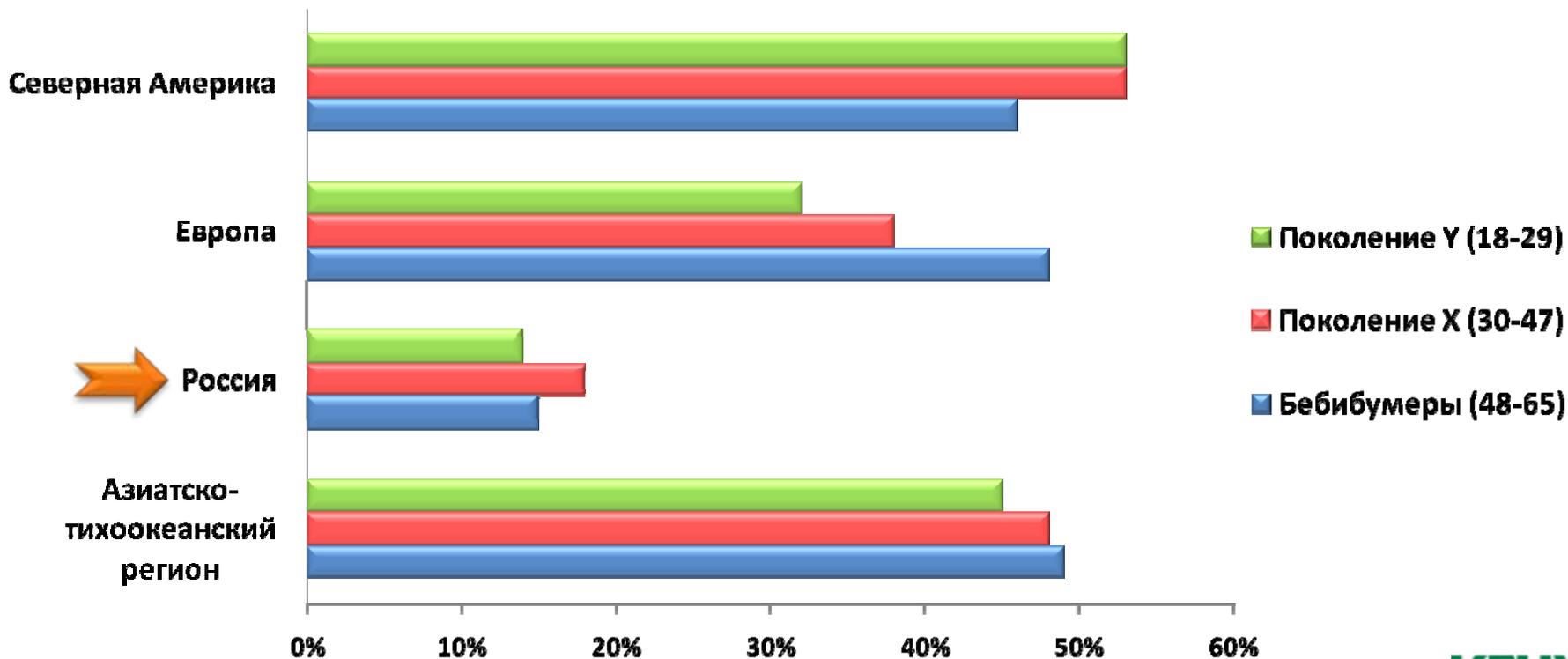
(Респонденты могли выбрать несколько вариантов ответа, поэтому общий процент может быть более 100)





KELLY GLOBAL WORKFORCE INDEX

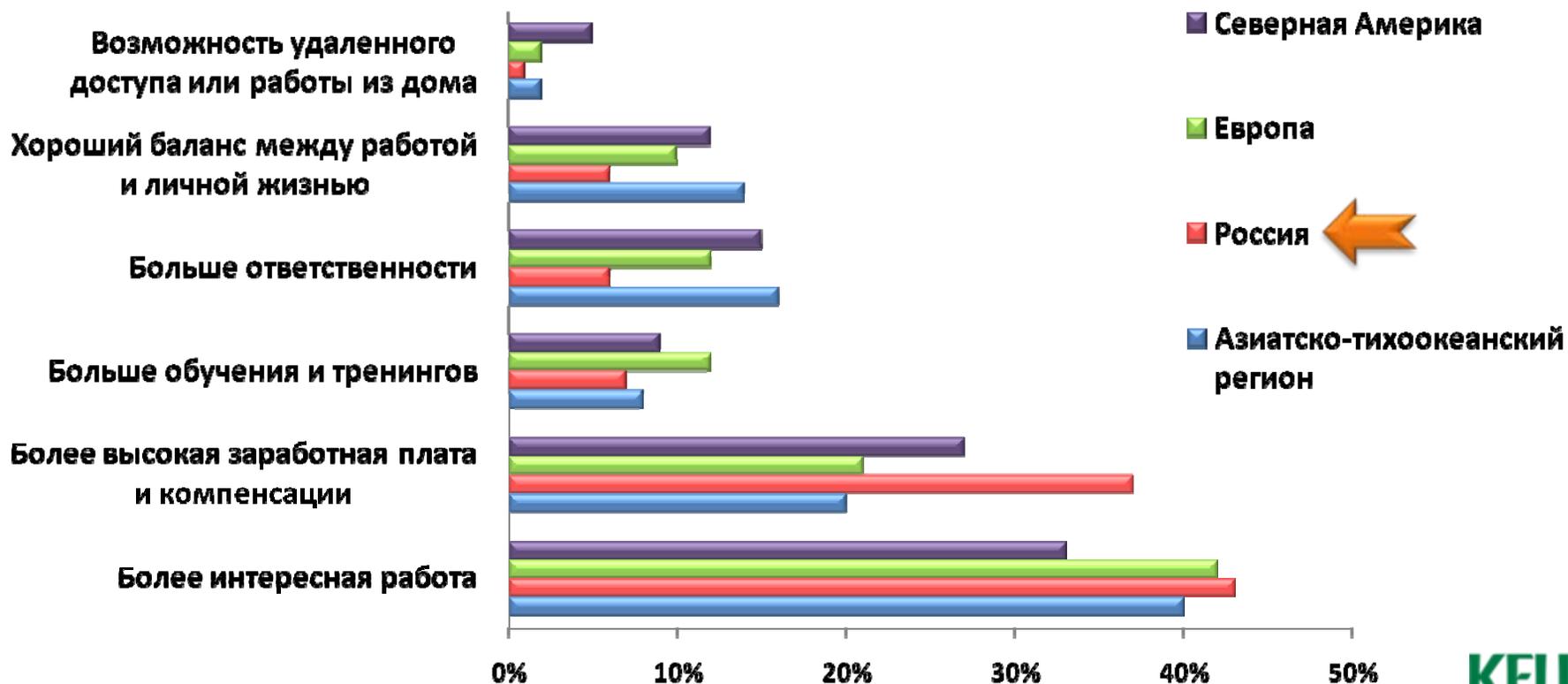
Насколько высока ваша приверженность
текущему работодателю?





KELLY GLOBAL WORKFORCE INDEX

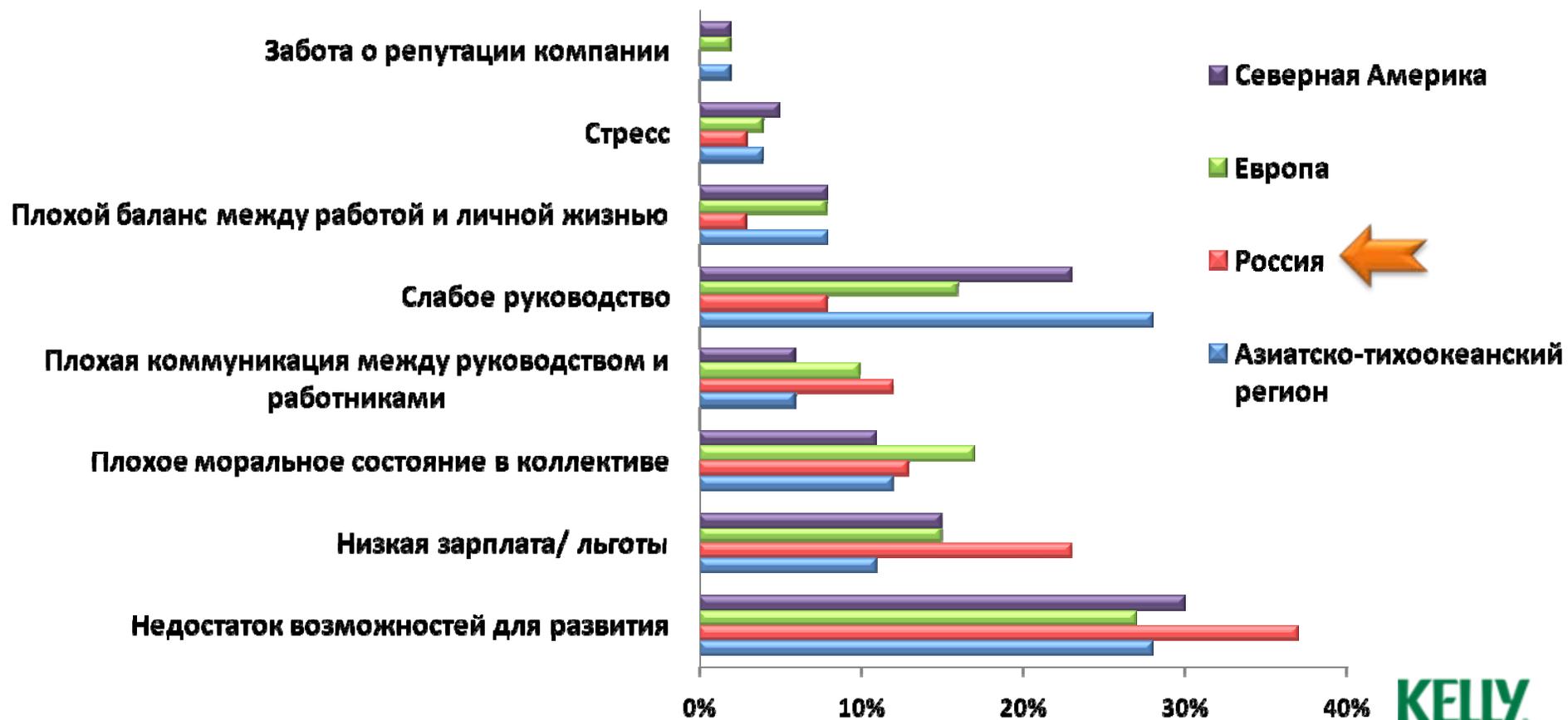
Какой из факторов повлиял бы больше всего на вашу приверженность или заинтересованность работой?





KELLY GLOBAL WORKFORCE INDEX

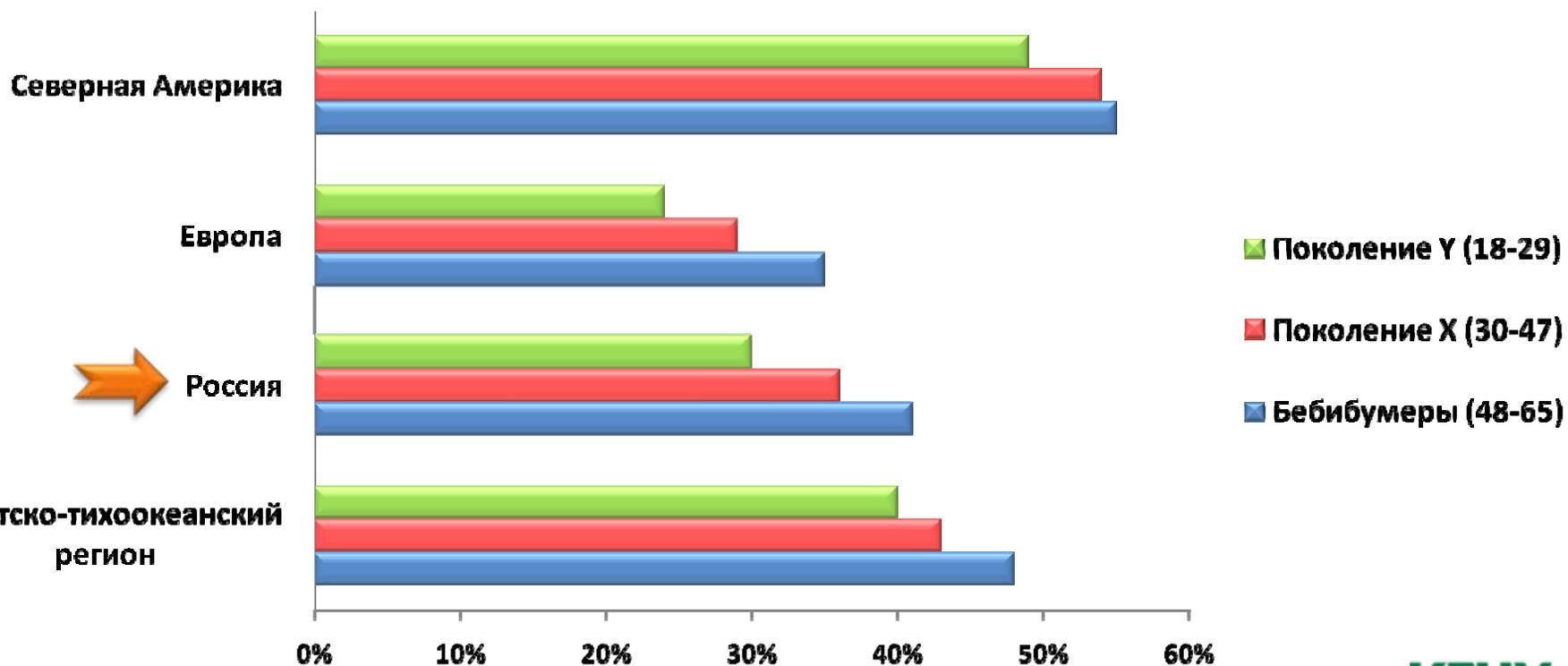
Что для вас является наиболее веской причиной для того, чтобы покинуть компанию?





KELLY GLOBAL WORKFORCE INDEX

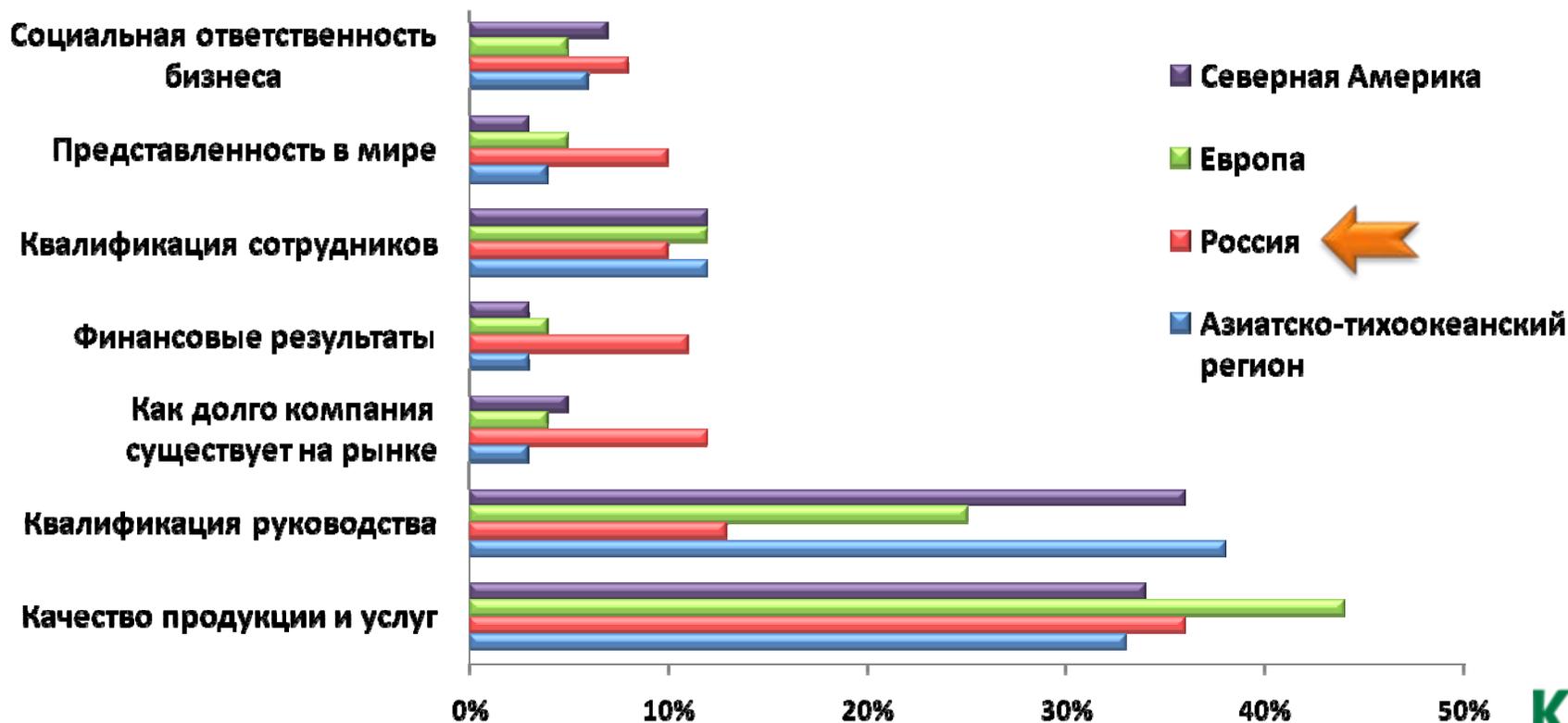
Насколько для вас важна репутация компании, когда вы принимаете решение о работе в ней?





KELLY GLOBAL WORKFORCE INDEX

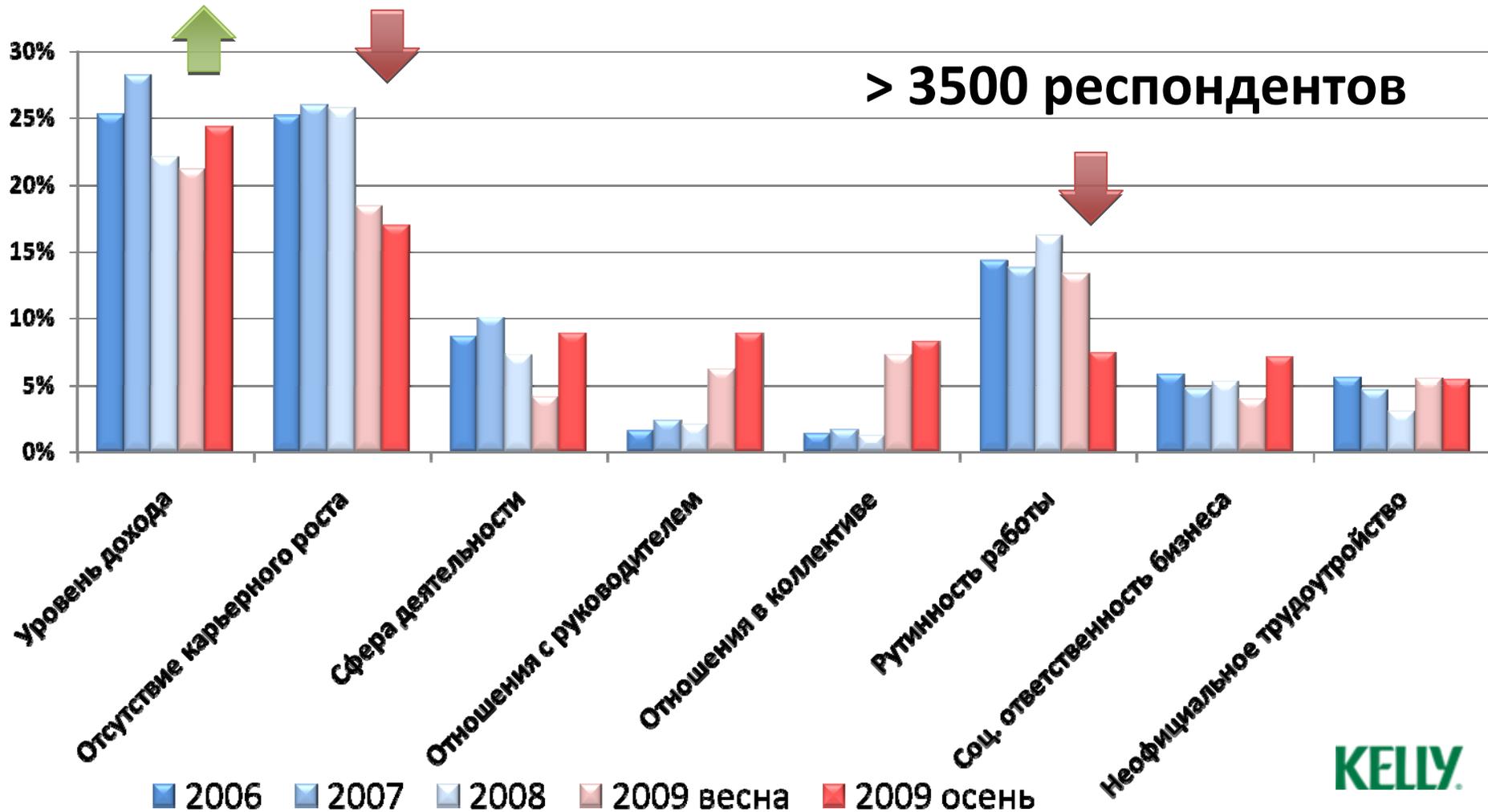
Что является для вас самым важным,
при определении репутации компании?





Kelly Russia Workforce Index

Что может подтолкнуть вас к решению о смене работы?





KELLY GLOBAL WORKFORCE INDEX

Аутплейсмент

– программы содействия компаниям при сокращении персонала, направленные на консультирование и адаптацию на рынке труда увольняемых сотрудников

«Там где дело идет о большом благополучии, следует накапливать свою репутацию»

Ф. Ницше

Ключевые преимущества для работодателя:

Бренд социально-ответственного работодателя

Минимизация конфликтов и рисков при увольнениях

Реальная поддержка сотрудника на сложном этапе

Агентство помогает в «сложных» переговорах с персоналом



OUR MOST VALUABLE PROPERTY: TRUST.

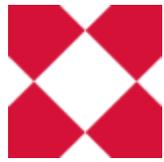
Социальная ответственность

Мария Котова

Исполнительный директор

Knight Frank

Knight Frank: социальная ответственность

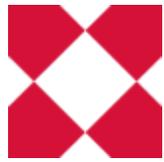


- ◆ Одним из принципов Knight Frank является внимательное отношение не только к своим клиентам и партнерам, но и к окружающей среде, благотворительным, образовательным программам и другим социальным аспектам.



Экология Мы работаем в рамках экологической программы, которая сертифицирована по ISO 14001 для всех наших офисов . Наш новой головной офис получил оценку «отлично» согласно исследованию BREEAM (BRE Environmental Assessment Method).

Социальная ответственность: образование



Проект REMI – это яркое проявление современных трендов в области экономики сотрудничества. Он создан силами HR-подразделений 8 компаний, работающих на одном и том же конкурентном рынке.

**«ОТ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА –
К РАЗВИТИЮ ОТРАСЛИ»**

Предпосылки

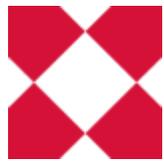
Дефицит квалифицированных специалистов в области строительства и девелопмента недвижимости, при этом большинство профессионалов пенсионного возраста. Как следствие - в отрасли отсутствует кадровый резерв.

Отсутствует система вузовской и послевузовской подготовки специалистов.

Низкая управленческая квалификация линейных менеджеров.

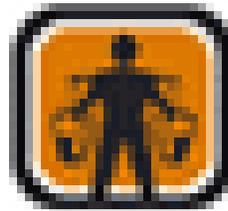


Социальная ответственность: развитие промышленных объектов



Лемкон И-Парк

Развитие собственного участка земли в
Калужской области близ поселка Воротынк
под комплекс производственных и
логистических предприятий



LEMCON

Предполагаемое количество
производственных предприятий – 20
Предполагаемая сумма инвестиций - 600 –
700 миллионов евро
Предполагаемая длительность проекта
(1.стадия) - 7 лет

Социальная ответственность: благотворительность UK



◆ UK

◆ Рождественские пожертвования Кризису.

В этом году наши лондонские коллеги не поздравляли клиентов с Рождеством, вместо этого в рамках программы социальной ответственности «Building Foundations» они сделали взнос в Кризис.

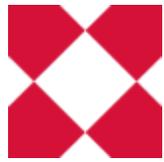
Кризис – это национальная программа, направлена на поддержку одиноких бездомных людей.

◆ Братья по усам в поддержку больных раком простаты.

Питер Ингланд, работающий в департаменте IT, совместно со своими коллегами отращивали усы весь ноябрь с целью сбора денег для больных раком простаты. Поддержите Питера и его коллег Эдвина Эмисона, Майкла Элисона и Симона Вуда!



Социальная ответственность: благотворительность Москва



- ◆ 7 июня 2008 года компания приняла участие в московской благотворительной акции "Семья помогает семье". Были собраны вещи, компьютеры, игрушки, книги и были отвезены в центры социальной защиты, посредством которых они передавались малоимущим семьям города.
- ◆ 1 июня 2008 - детей были собраны средства и игрушки. Инициативная группа компании Knight Frank приняла участие в проведении праздника для детей в Алексинском детском доме. Дети были очень рады оказанному вниманию, подаркам и красивому кукольному спектаклю «Пчелка», привезенному специально для них из Москвы.
- ◆ Накануне 2008 года руководство компании приняло решение перечислить 100 000 долларов на лечение детей с сердечными заболеваниями, и в этом году 8 детей были прооперированы при участии региональной общественной организации инвалидов "Центр гуманитарных программ" (www.cgpr.ru)



Социальная ответственность: благотворительность Москва



- ◆ Весной 2009 года силами сотрудников нашей компании были собраны вещи и переданы в благотворительный фонд «[Поделись теплом](#)»
- ◆ В преддверии Нового года - благотворительная акция «Сладкая неделя» в поддержку московского детского дома-интерната №28 для детей с задержкой развития. 15 декабря было организовано новогоднее театральное представление.
- ◆ В дни новогодних каникул 2009 года были собраны средства, игрушки, мебель, компьютерная техника и отправлены в московский детский дом - интернат для умственно-отсталых детей №28. Детям был подарен праздник и показан кукольный спектакль «Мумий-Тролль и Рождество», а игрушки и мебель, купленные на сданные средства, помогли сделать жизнь детей уютней и комфортней.



Социальная ответственность: благотворительность Москва и Санкт-Петербург



- ◆ В этом году с 8 по 14 февраля в России праздновался один из самых радостных и светлых праздников – праздник Масленицы. На масленичную неделю принято печь блины и угощать близких и гостей сладостями. Компания Найт Фрэнк совместно с компанией АБСОЛЮТ подготовили сладкие подарки воспитанникам интерната № 28. Мы надеемся, что 35 килограмм переданных конфет сделали праздник прощания с зимой еще более радостным!
- ◆ **Санкт – Петербург С 21 января по 29 января** стартует благотворительная акция «**Передай Тепло Ребенку**», организованная совместно с фондом «Теплый дом». Эта организация помогает малоимущим семьям в Санкт-Петербурге, оказавшимся в трудных жизненных условиях.





OUR MOST
VALUABLE
PROPERTY:
TRUST.

Knight Frank

КСО:

**оценка эффективности
социальных инвестиций
и партнерства**

Социально-культурное значение деловой активности (функции бизнеса в обществе)

- **экономическая функция**
- **политическая функция**
- **лидерская функция**
- **событийно-новостная функция**
- **нравственная (этическая) функция**
- **модернизационная (инновационная)
функция**
- **социальное партнерство**

Стадии позиционирования бизнеса в обществе

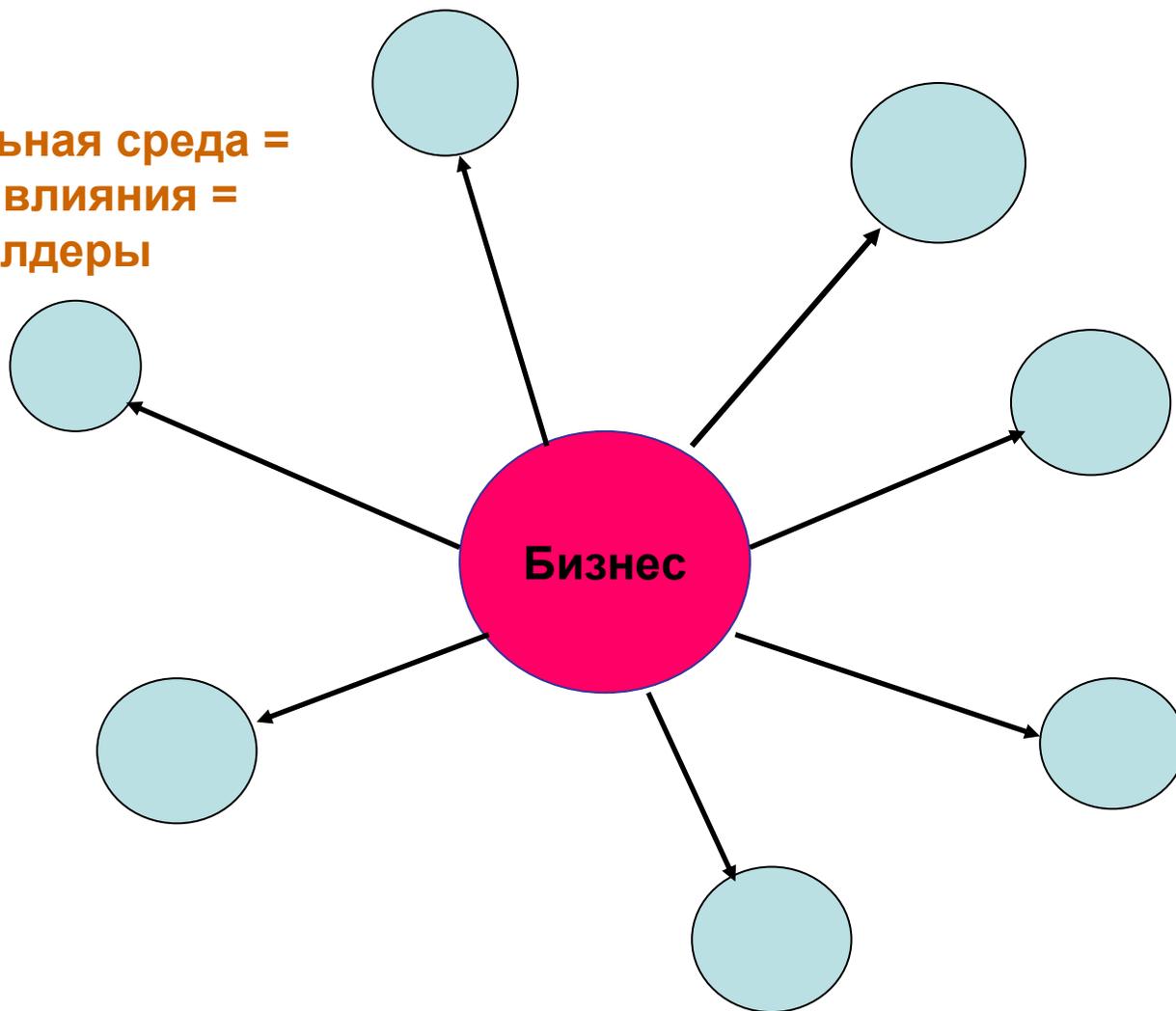
- Стадия "**сильных личностей**" и их "войны всех против всех", = главными проблемами являются – самоутверждение за счет удержания и расширения захваченного жизненного пространства, Выживает сильнейший и претендует (по праву сильнейшего) на распоряжение ресурсами, управление более слабыми, на льготы и преференции.
- Стадия "**служения**" – главной проблемой становится легитимизация бизнеса, его самооправдание перед обществом: в глазах государства, граждан. Развиваются спонсорство, патронаж, благотворительность. Разъясняются цели бизнеса и перспективы его развития.
- Стадия "**социального партнерства**", собственно социальной ответственности = бизнес, утвердившись в обществе и общественном мнении, переходит от самооправдания к развитию конструктивных социальных связей – социальному партнерству со всеми компонентами социальной среды. Формирование зрелых и полноценных PR: Public Relations и Public Responsibility.

Формы социальной ответственности и социальные инвестиции бизнеса

- перед инвесторами, акционерами и кредиторами за их собственность - имущественная ответственность;
- перед потребителями и клиентами - ответственность за качество товаров и услуг;
- перед работниками – ответственность за рабочие места, занятость, охрану труда;
- перед населением – за охрану и восстановление окружающей среды;
- перед государством – за соблюдение законов, включая уплату налогов;

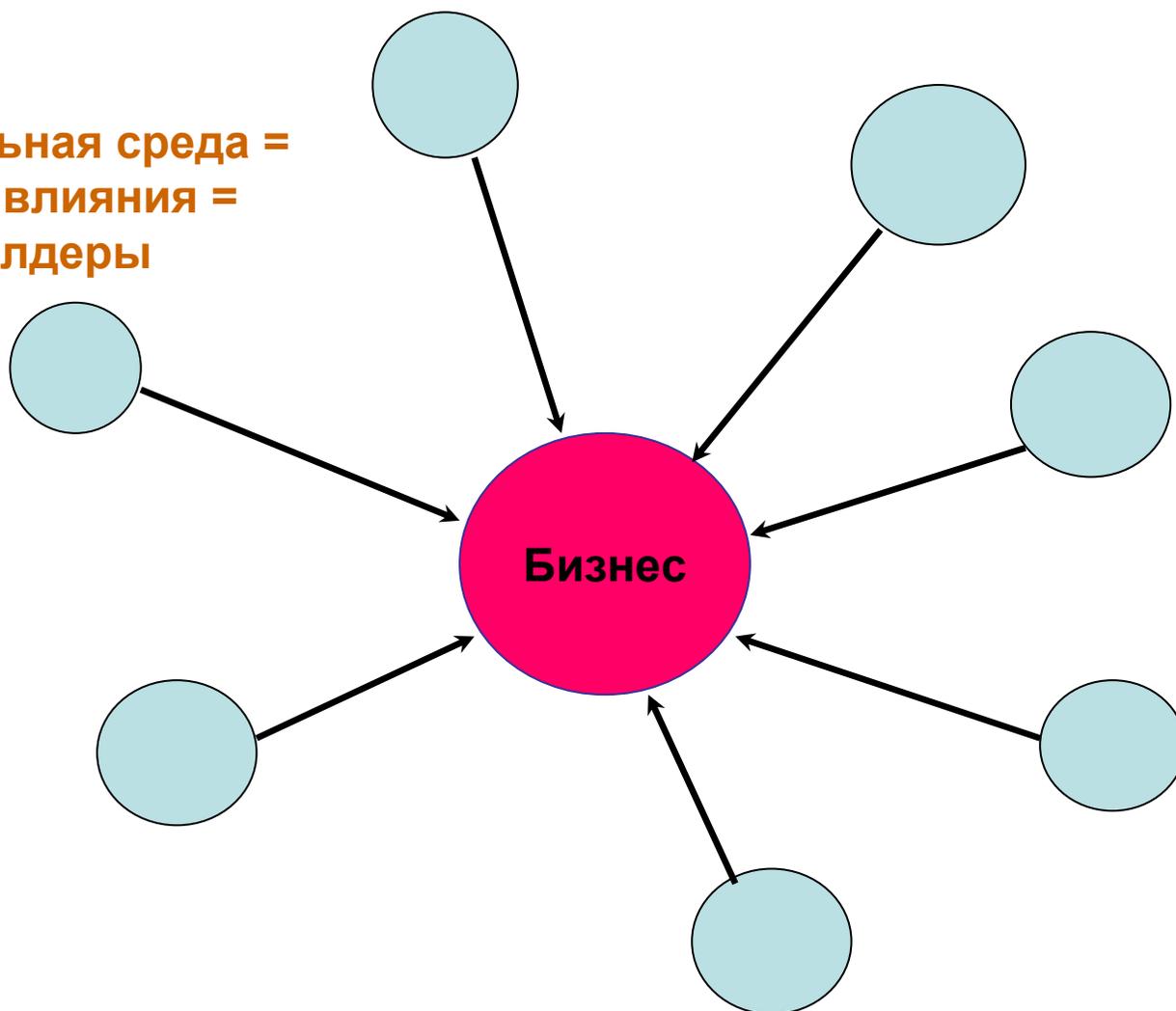
Позиционирование бизнеса в «холодном» обществе = оптимизация социальной среды бизнеса

Социальная среда =
группы влияния =
стейкхолдеры



Позиционирование бизнеса в «горячем» обществе = оптимизация бизнеса

Социальная среда =
группы влияния =
стейкхолдеры



Зачем бизнесу социальные инвестиции?

- Насыщенность рынка и недоверие потребителей рекламным трюкам и пафосу;
- Экономическая выгода положительного имиджа и достойной репутации (чем выше рейтинг репутации, тем выше рыночная стоимость акций);
- Необходимость участия в решении социальных проблем в силу слабости государственной системы;
- Сотрудничество с некоммерческим сектором (НКО), профсоюзами и т.п.;
- Развитие персонала: рост компетентности, мотивированности, сплоченности;
- Растущая потребность бизнеса в общественной стабильности и социальном доверии.
- Потребность в новых технологиях работы с персоналом.
- Расширение клиентской базы

Благотворительность и социальные инвестиции

- **Эмоциональна**
- **Не связана с интересами бизнеса**
- **Может быть «скрытной»**
- **Необязательна**
- **Решения принимаются на основе личных симпатий**
- **Интересы сотрудников, клиентов, акционеров, потребителей и местных сообществ учитываются мало**
- **Направлена на видимый эффект, а не долгосрочные цели**
- **Ограничена сферой благотворительности**
- **Ограничивается денежными или материальными пожертвованиями**
- **Рациональны**
- **Работают на бизнес-цели**
- **Прозрачны для общества**
- **Часть бизнеса**
- **Выбор определяется бизнес-интересами**
- **Учтены интересы всех заинтересованных сторон (стейкхолдеров)**
- **Нацелены на долгосрочный эффект, на решение проблемы**
- **Рассматривают все социальные вопросы в комплексе**
- **Используют весь набор форм социальной деятельности, ресурсы всех служб.**

Традиционные СИ I

<i>Технологии и модели</i>	<i>Достоинства</i>	<i>Недостатки</i>
Прямые инвестиции	прямой контроль финансов («короткая рука»)	<ul style="list-style-type: none">- существенные финансовые затраты- проблема анализа эффективности- превращение компании в «дойную корову» органов власти (местной и федеральной);- потребительское отношение общественности к компании;- трудоемкость;- проблемы с налогами;- снижение эффективности финансового менеджмента

Традиционные СИ II

<i>Технологии и модели</i>	<i>Достоинства</i>	<i>Недостатки</i>
<p>Через фонды:</p> <ul style="list-style-type: none">- корпоративные фонды- системные фонды	<ul style="list-style-type: none">- аккумулярование ресурсов;- возможность аккумулярования региональных ресурсов;- участие в масштабных проектах и программах;- развитие партнерских отношений на региональном, федеральном и международном уровнях;- эффективный менеджмент СИ;финансовая прозрачность СИ;повышение общественного доверия	<ul style="list-style-type: none">- утрата прямого контроля («длинная рука»)- потери на налогообложении НКО- затраты на административный менеджмент НКО- первоначальное недоверие органов власти

Коммуникативные технологии КСО

<i>Технологии и модели</i>	<i>Достоинства</i>	<i>Недостатки</i>
<ul style="list-style-type: none">-социальное партнерство (PR как Public Relations и Public Responsibility)- социальный аудит и гуманитарная экспертиза- международные стандарты КСО, индексы и рейтинги- социальная отчетность.	<ul style="list-style-type: none">- экономия и оптимиз. затрат- развитие партнерских отношений- соблюдение международн. стандартов- информационная отдача- возможность комплексного анализа эффективности- интегриров. маркетинг- продвижение брендов- бренд-интегрированный бизнес	<ul style="list-style-type: none">- привлечение экспертов;- дополнит. подготовка персонала

Социальные инвестиции и социальное партнерство в системе корпоративных социальных коммуникаций

Корпоративные социальные коммуникации

Корпоративная социальная ответственность (КСО)
= добровольные обязательства

Социальные инвестиции

Личная ответственн.
= свобода воли,
нравственн. долг:
- владельцев
- менеджеров
- работников

Внутренн. инвестиции
в HR
(работн., семьи)

Внешние

Непосредствен
ные

Опосредованно,
через фонды

Корпоратив-
ные

Систем
ные

ИМК:
реклама,
PR

Социаль-
ное партнер-
ство,
социаль-
ный аудит,
гумани-
тарная экс-
пертиза

Корпоративная культура как бренд-интегрированный менеджмент

«Уровни» социальной ответственности

- «Допуск к конкурсу»:
 - уплата всех налогов;
 - «чистая» зарплата;
 - соглашение с профсоюзом.
- Социальные программы развития персонала.
- «Выход за забор» - участие в развитии территории, региона.
- Участие в развитии гражданского общества
 - поддержка социально значимых инициатив;
 - развитие сотрудничества с НКО;
 - цивилизованная благотворительность.
- «Герой»
 - отчет о социальной деятельности по международным стандартам;
 - подтверждение отчета независимой эксп

Проблемы развития СИ и СП в России

- Общественное мнение (недоверие)
- Бизнес как социальная рента («дойная корова»)
- Практика со стороны органов власти «предложений, от которых невозможно отказаться»
- Оценка эффективности

Обстоятельства, затрудняющие оценку эффективности СИ и КСО

- сложность прослеживания однозначной зависимости между проводимой работой и итогами работы компании в целом;
- множественность критериев оценки работы компании;
- неоднозначность факторов, влияющих на принятие управленческих решений;
- динамичная смена проблемных ситуаций;
- ограниченность времени принятия управленческих решений;
- наличие множества многофункциональных и разнопрофильных подразделений;
- стиль руководства, обычно далекий от открытости;
- обилие правил и инструкций, лишаящих пресс-службу свободы действий;
- перегруженность PR-службы и других подразделений оперативной и авральной работой;
- отсутствие серьезных стимулов сотрудников PR-службы

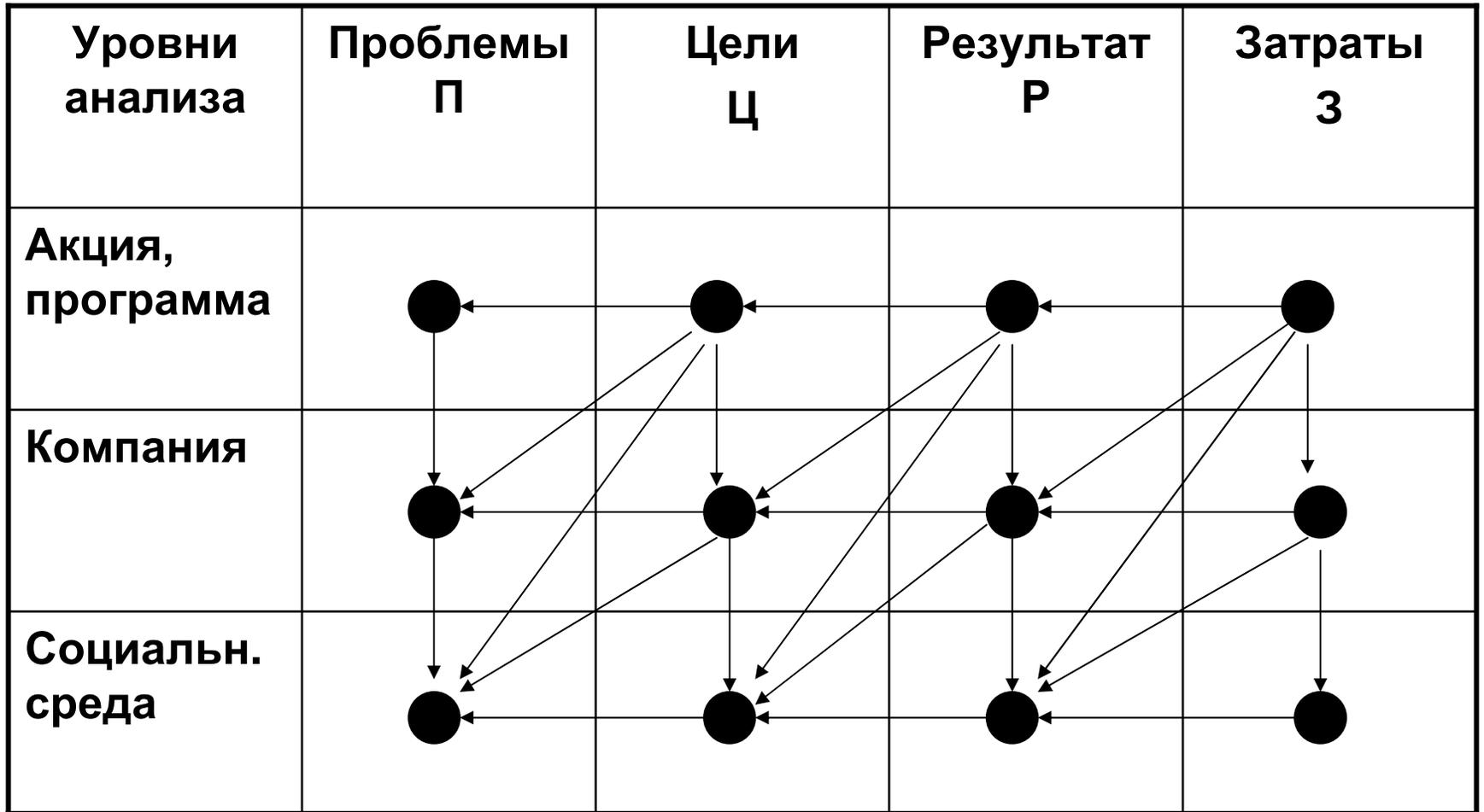
Виды эффективности

- Экономичность ($\mathcal{E} = P/Z$)
- Результативность ($\mathcal{E} = P/C$)
-
- Целесообразность ($\mathcal{E} = C/P$)

Уровни эффективности

Уровни анализа	Целесообразность Ц/П	Результативность Р/Ц	Экономичность Р/З
Акция. программа			
Компания			
Социальн. среда			

Векторы анализа эффективности



Подходы к оценке эффективности СИ и КСО

Подход	Позиция профессионала	Позиция заказчика, работодателя
Нельзя измерить неизмеримое: КСО многофакторна, результат сложно опосредован		
Оценивать надо по конечным результатам бизнеса		
Оценка по объемам работы		
Реальная оценка эффективности		

Способы оценки эффективности СИ и СП

<i>Способы оценки</i>	<i>Трудности</i>
Сумма вложений или доля вложений от прибыли	Малая обоснованность Несравнимость
Охват = колич. чел., получивших доступ к ранее недоступным благам	Малая обоснованность Несравнимость
Сумма / колич. чел.	Малая обоснованность
Степень решения проблемы (реализации социального заказа)	Выявление социального заказа

Виды оценки эффективности СИ и СП

По видам эффективности	По направленности СИ и СП	По характеру оценки
<ul style="list-style-type: none">• р/ц = результативность• р/з = экономичность• ц/п = целесообразность	<ul style="list-style-type: none">• Внутренние• Внешние	<ul style="list-style-type: none">• Для общества• Для самого бизнеса

Цели программы ЭСИСП

- Оптимизация социальной политики на основе социального партнерства и коммуникаций
- Оптимизация отношений с местными органами власти и общественностью
- Развитие и продвижение корпоративных брендов

Программа
Эффективные
Социальные
Инвестиции и
Социальное
Партнерство

«1001 + 1 правило ЭСИСП»

«Матрица ЭСИСП»

«Рейтинг ЭСИСП»

Содержание программы

- Концепция «100+1 правило ЭСИСП»
- Методика оценки эффективности СИ и СП («Матрица ЭСИСП»)
- «Рейтинг ЭСИСП»
- Система премий, наград и призов ЭСИСП
- Программа конференций, семинаров, консультаций для участников программы
- Программа изданий информационно-справочных, методических материалов и руководств
- PR-сопровождение программы (проведение соответствующих специальных событий, церемоний, других мероприятий, подготовка и организация публикаций, работа со СМИ, включая подготовку ТВ-проекта «Социальное признание»)

Этапы программы

- Разработка концепции, идеологии программы «100+1 принцип ЭСИСП»
- Отработка показателей оценки («Матрица ЭСИСП»)
- Пилотный рейтинг
- Проведение необходимых дополнительных исследований
- Дальнейшая доработка методики

«100+1 правило ЭСИСП»

Концепция повышения эффективности социальных инвестиций (СИ) и социального партнерства (СП).

Указаны принципы, в которых последовательно обосновываются важность, востребованность и цели СИ и СП, возможности и измерения их результатов и эффективности.

«Матрица ЭСИСП»

Методика оценки эффективности социальных инвестиций (СИ) и социального партнерства (СП).

Разработана на основе концепции «100+1 принцип ЭСИСП».

Выполнена в соответствии с требованиями и критериями международных стандартов социальной отчетности и КСО с учетом специфики отечественного бизнеса.

Использует стандартные данные о социальной политике компаний и не предполагает дополнительные исследования.

Оценка ЭСИСП для общества («Сопричастность»)

Группы СИ	Направл. СИ	Показатели	Динамика
Развитие материальной среды	<ul style="list-style-type: none">•Охрана окружающей среды, безопасность•Благоустройство, ЖКХ	чел; т.руб.; т.руб/чел	За год
Социальное и гуманитарное развитие	<ul style="list-style-type: none">•Социальная помощь•Образование•Культура и искусство•Здравоохранение•Конфессии•Здоровый образ жизни	чел; т.руб.; т.руб/чел	За год

ЭСИСП для бизнеса

(«Забота» и «Добросовестность»)

Внутренн. СИ	Показатели	Значения	Динамика	Возмож. сравнен.
Человеческий капитал	<ul style="list-style-type: none">•Рост з/п•Рост компет.•Охрана труда, ТБ•Развитие корп. культ	чел.; тыс.руб; т.руб/чел.	% за год	Со средними показателями по отрасли, региону, РФ
Потребители	<ul style="list-style-type: none">•Гарант ремонт•Возврат•Победы, награды•Отсутствие исков	Кол.случ.	% за год	Со средними показателями по отрасли, региону, РФ
Добросовестная деловая практика	<ul style="list-style-type: none">•Отсутствие исков•Программы бизнес х бизнес•Совместные инициативы с конкур.	Кол.случ.	% за год	Со средними показателями по отрасли, региону, РФ

ЭСИСП для бизнеса

(«Эффективный инвестор», «Успех»)

Внешние СИ	<i>Показатели</i>
Publicity = известность и узнаваемость	Рост в % за период СИ
Relations = отношения с контактными группами	☺ ☹ ☹ Рост в % за период СИ
Activity = рост реализации (объема продаж), прибыли, рентабельности, капитализации, других показателей	Рост в % за период СИ

Матрица ЭСИСП

СИ и СП	<i>Внутренние</i>	<i>Внешние</i>
<i>Для общества</i>	Забота Care	Сопричас ТНОСТЬ Corporate citizenship
<i>Для бизнеса</i>	Добросов естность Honesty	Успех Success

The diagram illustrates the relationships between the four quadrants of the ESIS matrix. A vertical arrow points from 'Care' (top-left) down to 'Honesty' (bottom-left). A vertical arrow points from 'Corporate citizenship' (top-right) down to 'Success' (bottom-right). A diagonal arrow points from 'Honesty' (bottom-left) up to 'Corporate citizenship' (top-right).

«Рейтинг ЭСИСП»

Комплексная оценка результатов внутренних и внешних СИ и СП.

Строится на основе «Матрицы ЭСИСП», с использованием распределения базовых баллов (весов) показателей по каждому направлению СИ и СП.

Решение проблемы сравнимости разнопрофильного бизнеса по эффективности СИ и СП – как по отдельным направлениям, так и в «многоборье».

Оценка является «сквозной» как в отраслевом, так и в региональном планах.

Дает гибкий инструмент, позволяя учитывать и вводить в процедуру оценки региональную и отраслевую специфику.

Учитываются не только общая динамика СИ и СП, но и некоторые важные качественные показатели, за которые начисляются дополнительные баллы («Супербонусы ЭСИСП»)

«Закон ЭСИСП»:

***Чем шире круг
социальных партнеров,
тем дешевле и
эффективнее СИ и СП***

Этапы реализации методики

- **I этап** – оценка эффективности на основе динамики затрат на внутренние и внешние социальные инвестиции, социальное партнерство.
- **II этап** – выявление средних показателей по основным направлениям (векторам) социальных инвестиций и социального партнерства. Желателен выход к таким показателям с учетом региональных и отраслевых особенностей деловой активности и социального развития.
- **III этап** – выявление целевых нормативов и разработка механизма их уточнения и развития на основе процедуры выработки, принятия и обеспечения реализации социального заказа на решение приоритетных проблем социального развития.

Работа на местах

- выбор вектора СИ, социальных проблем, решение которых поможет достижению целей стратегии и тактики развития бизнеса
- уточнение задач и целей, ожидаемых последствий СИ для бизнеса и общества
- определение размера необходимых СИ
- выбор показателей оценки результатов СИ и их эффективности, проведение необходимых измерений и согласований с действующими системами учета и отчетности
- заключение необходимых для реализации СИ договоров и соглашений
- анализ итогов, оформление необходимых документов
- информационное продвижение итогов
- участие в рейтингах, конкурсах и наградах, других формах социального признания и уважения.

Григорий Львович Тульчинский

Засл.деятель науки РФ,

д.филос.н., профессор

ГУ-Высшая школа экономики (СПб филиал),

эксперт Минрегиона РФ

+7921 346 9351

gtul@mail.ru