

Секция «Эффективный менеджмент — важнейший фактор формирования экономики
знания»

**Анализ основных направлений деятельности консалтинговой компании
SustainAbility, которая работает в области корпоративной социальной
ответственности и устойчивого развития.**

Пейгннович Станислав Сергеевич

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа
современных социальных наук (факультет), Кафедра социологии и менеджмента
общественных процессов, Москва, Россия
E-mail: stempted@gmail.com

Современное бизнес общество построено на успешных взаимодействиях между различ-
ными группа заинтересованных сторон(стейкхолдеров). Необходимо разобраться в том,
как происходят эти взаимодействия и что они собой представляют. Если рассматривать в
широком смысле, то можно назвать такой род взаимодействия бизнес коммуникациями.
А для того, что бы иметь представление о том, как это происходит на практике мы рас-
смотрим одну из ключевых компаний занимающейся этим видом деятельности.

SustainAbility - компания со штаб-квартирой в Лондоне (20-22 Bedford Row London
WC1R 4EB UK), представительствами в Вашингтоне, Нью-Йорке, Сан Франциско и Нью
Дели.

SustainAbility начала свою деятельность в 1987 году, в год выхода доклада ООН "Our
common future", где было дано определение понятия "sustainability", широко используемое
сегодня. Все это время компания не только существовала и развивалась внутри трендов
в области концепции устойчивого развития и концепция корпоративной социальной от-
ветственности, но и, являясь одним из крупных игроков на этом поле, во многом сама
формировала повестку дня в области концепции устойчивого развития и концепция кор-
поративной социальной ответственности.

Модель компании представляет собой гибрид think tank и крупной консалтинговой
структуры. Как think tank - это площадка для развития новых идей и расширения гра-
ниц понимания концепции устойчивого развития и концепция корпоративной социальной
ответственности; компания формирует дискурс и влияет на состояние инфраструктуры
отрасли. Как консалтинговая структура она помогает бизнесу решать конкретные задачи
достижения успешности в мире, ориентированном на концепцию устойчивого развития и
концепция корпоративной социальной ответственности.

Компания позиционирует себя как профессионала, для которого независимость явля-
ется ключевой характеристикой. Во взаимодействии с заказчиками она остается привер-
женной выполнению своей миссии - стремлению к справедливому и устойчивому миру
для настоящего и будущего поколений. Как обозначено на сайте компании, она «бросает
вызов клиентам», расширяет их горизонты, показывает существование разных точек
зрения, ставит их в ситуацию «конструктивного дискомфорта», чтобы подтолкнуть их к
более креативному мышлению относительно своих продуктов, услуг, бизнес-моделей, что
в конечном итоге должно принести успех бизнесу в будущем. Критерием своей успешно-
сти компания считает степень продвижения её клиентов в деле построения устойчивой
экономики.

За годы существования SA наработала сеть контактов, являющуюся её капиталом.
Так, она сформировала и продолжает формировать вокруг себя стейкхолдерскую сеть
(Engaging Stakeholders Network). Она консультирует крупнейших мировых лидеров бизне-

са (порядка 130 компаний из различных секторов экономики). Партнерами компании являются различные некоммерческие, неправительственные и надправительственные структуры, являющиеся ресурсом в реализации её исследовательской, консалтинговой и адвокативной деятельности.

Рассмотрим два основных направления деятельности компании, в которых она работает это концепции устойчивого развития и концепция корпоративной социальной ответственности.

Корпоративная социальная ответственность - реализация интересов компании по средству социального обеспечения развития ее коллектива и активного участия в развитии общества в целом. Компания возлагает на себя ответственность за те действия, которые она совершает при взаимодействии с заказчиками, поставщиками, работниками, акционерами, местными сообществами и прочими заинтересованными сторонами общественной сферы. КСО подразумевает под собой следующие основные факторы: ответственность организации перед ее партнерами и стейкхолдерами, социальные аспекты взаимодействия, корпоративное развитие, которое направлено как на высший менеджмент, так и на все остальные категории работников компании, здоровье и безопасность персонала на рабочем месте, социально ответственная политика в области персонала, взаимодействие с местными органами власти, общественными организациями и государственными структурами, ответственность организации перед обществом.

В мировой практике специалисты при одном подходе делят существующие модели корпоративной социальной ответственности на три вида:

Первый (Бельгия, Нидерланды, Финляндия, Швеция) предполагает активное участие государства в регулировании социально-трудовых отношений, происходящее на уровне страны, отрасли, отдельного предприятия.

Второй (США, Канада, Япония, страны Латинской Америки, англоязычные страны Африки) характеризуется регулированием социально-трудовых отношений на уровне предприятия и в значительно меньшей степени на уровне отрасли или региона. Роль государства заключается в принятии соответствующих законодательных и нормативных актов, рекомендаций и требований.

Третий (Австрия, Германия, Франция, частично Великобритания) это соединение двух предыдущих моделей, являющихся крайностями для центрально-европейской конструкции. Согласно немецкой концепции Л. Эрхарда, государство вмешивается в социально-трудовые отношения, но при этом предприниматели и профсоюзы сохраняют автономию.

Другой подход видит только две модели социальной ответственности: американскую и европейскую. В американской делается акцент на ответственности бизнеса перед обществом в создании рабочих мест и обеспечении эффективности их использовании через заработную плату, создание условий труда и выплату высоких налогов. Европейская модель в большей мере, чем американская, предполагает партнерские отношения между властью, трудом и бизнесом, социальная ответственность которого выражается и обязанности платить достаточно высокие налоги, а государство на эти деньги реализует наиболее значимые социальные программы для населения.[1]

Источники и литература

- 1) А.В. Попова – Социальная ответственность бизнеса-2012г. 376стр.
- 2) <http://www.sustainability.com>