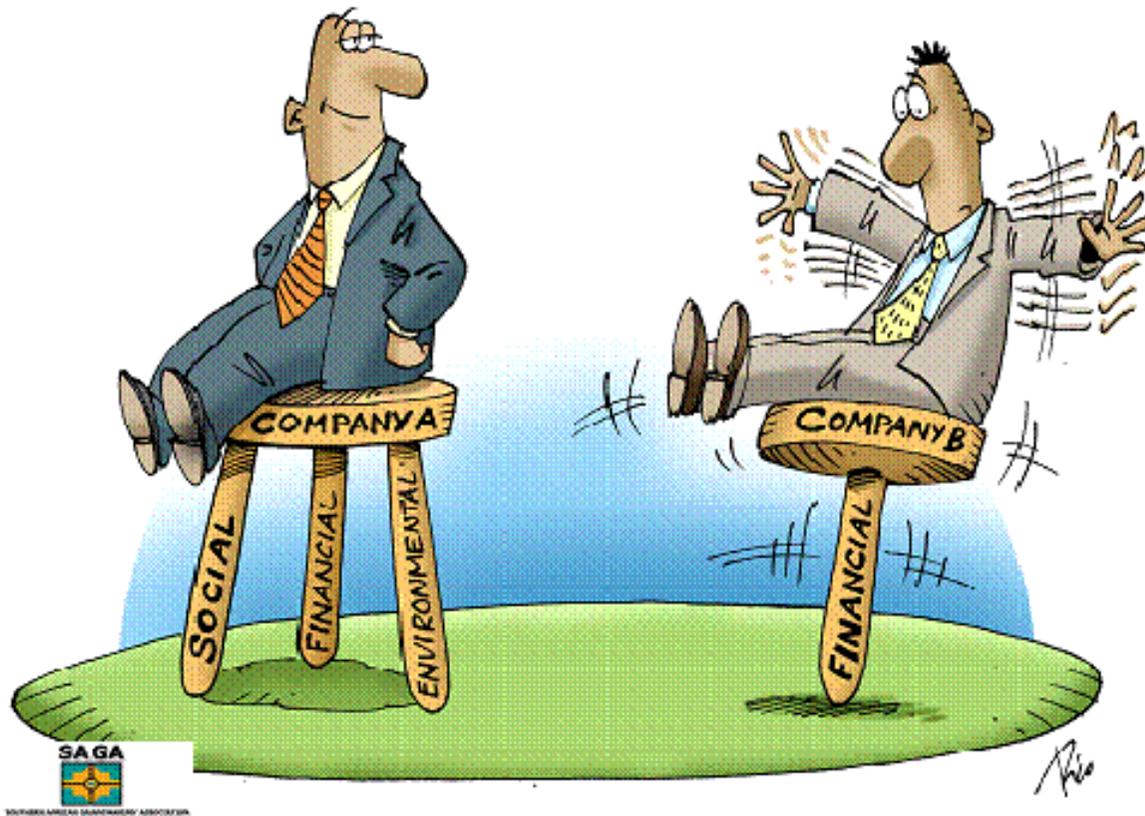


КСО как основа деловой репутации и привлечения инвестиций

Руководитель направления CSR и GR, канд. социолог. наук
Эльвира Гарифулина

Образ компании «с КСО» и «без КСО»



Компании, которые сформулировали лишь финансовые цели, не достигают в стратегической перспективе тех финансовых результатов, которые достигают компании с более широким диапазоном ценностных установок.

Социальная ответственность бизнеса - вторая по значению проблема после кадров (социологический опрос 750 высших руководителей европейских компаний, *Financial Times*)

Корпоративная социальная ответственность
понимается как
основа эффективной бизнес-стратегии
и подразумевает
соблюдение баланса интересов и построение
добросовестных отношений со всеми
заинтересованными сторонами.

Стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» (2010 г.) нацеливает на интеграцию принципов социальной ответственности в бизнес-процессы, включая все области активности и уровни управления.

Пирамида КСО А. Керолла



Миссия и видение, ценности OTP Group

OTP Group Миссия: Наша миссия – предоставление клиентам – частным клиентам и компаниям, органам местного самоуправления – полного спектра первоклассных финансовых услуг. Успешное управление нашей банковской группой делает возможным преумножить уже существующий потенциал, работать в прозрачной манере и проактивно развиваться.

Мы строим общество, основанное на доверии, защите окружающей среды и создании равных возможностей для людей с разным достатком. Мы полагаемся на талант и профессионализм наших сотрудников, чью работу мы мотивируем за счет персональных программ развития.

OTP Group видение:

Мы стремимся стать ведущей банковской группой в Центральной и Восточной Европе благодаря динамичному развитию, эффективному корпоративному управлению и **СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ.**

Ключевые ценности бренда



Современное понимание КСО включает:

- **Экономическая устойчивость**
- **Соблюдение прав человека и этических норм ведения бизнеса**
- **Производство качественных товаров и услуг, учет интересов потребителей**
- **Создание рабочих мест и безопасной рабочей среды, развитие персонала и повышение человеческого потенциала**
- **Поддержание экологической безопасности, сохранение окружающей среды**
- **Содействие развитию местных сообществ и общества в целом (благотворительность, социальные инвестиции, волонтерство)**

Современные тенденции:

- **Бизнес - лидеры стремятся к построению политики КСО как составной части своей стратегии**
- **Управление не только финансовыми, но и нефинансовыми рисками**
- **Переход от разовой адресной помощи к системной благотворительности (социальному инвестированию)**
- **Развитие партнерства с НКО и органами власти в решении социально-экономических задач**
- **Корпоративные стандарты в области КСО, этика делового поведения, публикация нефинансовых отчетов как элемент корпоративной культуры и повышение информационной открытости и прозрачности**

КСО как основа конкурентных преимуществ

- Рост имиджа и деловой репутации
- Эмоциональная вовлеченность клиентов и повышение их лояльности
- Привлечение новых клиентов (доступ к новым рынкам)
- Снижение финансовых и нефинансовых рисков за счет реализации проактивной позиции бизнеса
- Создание устойчивых отношений с местным сообществом
- Создание устойчивых партнерских отношений с государственными и муниципальными структурами, улучшение отношений с регулирующими органами и снижение административного давления
- Привлечение квалифицированного и мотивированного персонала
- Укрепление сплоченности и человеческих отношений, сокращение текучести кадров
- Повышение производительности труда и эффективности бизнес-процессов
- Рост капитализации банка и увеличение прибыли
- Формирование позитивного мнения инвесторов

КСО как основа деловой репутации и фактор конкурентного преимущества

Влияние на составляющие устойчивого развития общества и созависимость от внешней среды, усиление влияния заинтересованных сторон

Возрастающие ожидания общества и государства в отношении вклада бизнеса в устойчивое развитие и социальное благополучие. Мода. Хороший тон.

КСО – основа репутации

Вложения в репутационный менеджмент

Прозрачность и открытость

Участие в рейтингах и рэнкингах

Лидерство

Необходимость соответствовать международным и российским нормам социально ответственного ведения бизнеса. Требования корпоративного управления

Информированность заинтересованных сторон, признание и мотивация к улучшению репутации. Переход от Реагирующей КСО к Стратегической. Конкурентные преимущества

Спасибо за внимание!

Вопросы и предложения

Руководитель направления CSR и GR, канд. социолог. наук Эльвира Гарифулина

e.garifulina@otpbank.ru, +7 (495) 783-54-00 доб. 2855

125171 г. Москва, Ленинградское шоссе, 16А, стр. 1, 3 этаж, офис 21

<http://www.otpbank.ru>

