

Диалог со стейкхолдерами как инструмент взаимодействия бизнеса и местного сообщества

Марина Сапрыкина
Центр Развития КСО



CENTRE
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
DEVELOPMENT
Opportunities. Leading.

Основные определения

- **Устойчивое развитие** — это развитие, отвечающее потребностям заинтересованных сторон.
- **Заинтересованная сторона** — это организация или ее часть, отдельный человек, группа организаций или людей, а так же будущие поколения и окружающая среда, т.е., в целом, - все те, кто оказывает или испытывает на себе влияние деятельности организации, ее продукции, услуг и процессов.
- **Взаимодействие с заинтересованными сторонами** — это совокупность механизмов и процедур, обеспечивающих право заинтересованных сторон быть услышанными, и подотчетность перед ними.
- **Громада** – регион присутствия компании



Взаимодействие со стейкхолдерами



Зачем?
(Причина)

Вовлечение
стейкхолдеров

Что?
(Масштаб)

Кто?
(Стейкхолдеры)



ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ КОМПАНИИ

- Создание новых эффективных партнерств, объединение ресурсов для решения проблем и достижения целей, которых компания не может достичь самостоятельно;
- Лучшее управление рисками и репутацией в компании;
- Улучшение продуктов и услуг, которые отвечают ожиданиям стейкхолдеров, в первую очередь, потребителей;
- Улучшение процессов принятия решений;
- Содействие развитию прозрачных и доверительных отношений с заинтересованными сторонами;
- Объединение ресурсов.

**ВОЗМОЖНОСТИ
ДЛЯ НПО?**



ИНТЕГРИРОВАТЬ ВМЕСТЕ С УПРАВЛЕНИЕМ

- Организация должна интегрировать вовлечение стейкхолдеров в управление и соответствующие процессы принятия решений.
- Организация должна интегрировать вовлечение стейкхолдеров во все релевантные политики и процессы: стратегию развития (включая видение, миссию и ценности, которые легли в основу стратегии), а также управление операционными процессами.

Основные группы стейкхолдеров

Стейкхолдеры	Ожидания
Акционеры	Увеличение отдачи от инвестиций
Сотрудники и их семьи	Высокие зарплаты и достойные условия труда
Потребители	Качественные товары и услуги
Сообщество	Рабочие места, поддержка инфраструктуры, охрана окружающей среды
Государство	Налоги, рабочие места
Поставщики	Продажи, повторение заказов, лояльность потребителей



Этапы взаимодействия



- ПЛАНИРУЙ;
- ГОТОВЬ;
- РЕАЛИЗУЙ;
- ДЕЙСТВУЙ,
ПЕРЕСМАТРИВАЙ,
УЛУЧШАЙ



ПЛАН ВОВЛЕЧЕНИЯ

- Инициаторы вовлечения должны подготовить план взаимодействия из заинтересованными сторонами. План взаимодействия должен быть доступен для заинтересованных сторон. Заинтересованные стороны должны иметь возможность внести вклад в план.

План участия документирует процесс взаимодействия:

- мандат на участие; цель и масштаб вовлечения сторон;
- Инициаторы вовлечения, их роли и обязанности;
- Методология и результаты определения заинтересованных сторон;
- Методология и результаты создания профиля и карты заинтересованных сторон;
- До (вовлечение), Уровни и методы участия
- Границы раскрытия информации.
- Тайминг, задачи, контактные лица, основные правила;
- Риски вовлечения, ресурсы, бюджет, каналы коммуникации, мониторинг, оценка, отчетность, результаты.

РИСКИ

- Инициаторы и заинтересованные стороны должны выявлять и устранять риски во взаимодействии стейкхолдеров.

РИСКИ:

- Конфликт между участвующими заинтересованными сторонами;
- Нежелание участвовать;
- Усталость от участия;
- Отсутствие баланса между слабыми и сильными заинтересованными сторонами;
- Несведущие заинтересованных сторон и т.д.

Нужно иметь планы обозначения и преодоления рисков.

ПЛАН ДЕЙСТВИЙ

Необходимо разработать план действий, который формулирует, каким образом организация будет реагировать на результаты вовлечения стейкхолдеров. План действий должен быть разработан в консультации с теми, кто будет его выполнять.

План действий должен включать:

- четкое распределение ролей и обязанностей; реалистичные сроки для завершения.
- Руководство и управление обязательствами;
- Соответствующие политики;
- Стратегии, цели, задачи и показатели деятельности;
- Операционные практики;
- Четкое распределение обязанностей и необходимых компетенций, а также
- Анализ, изучение и совершенствование процессов.

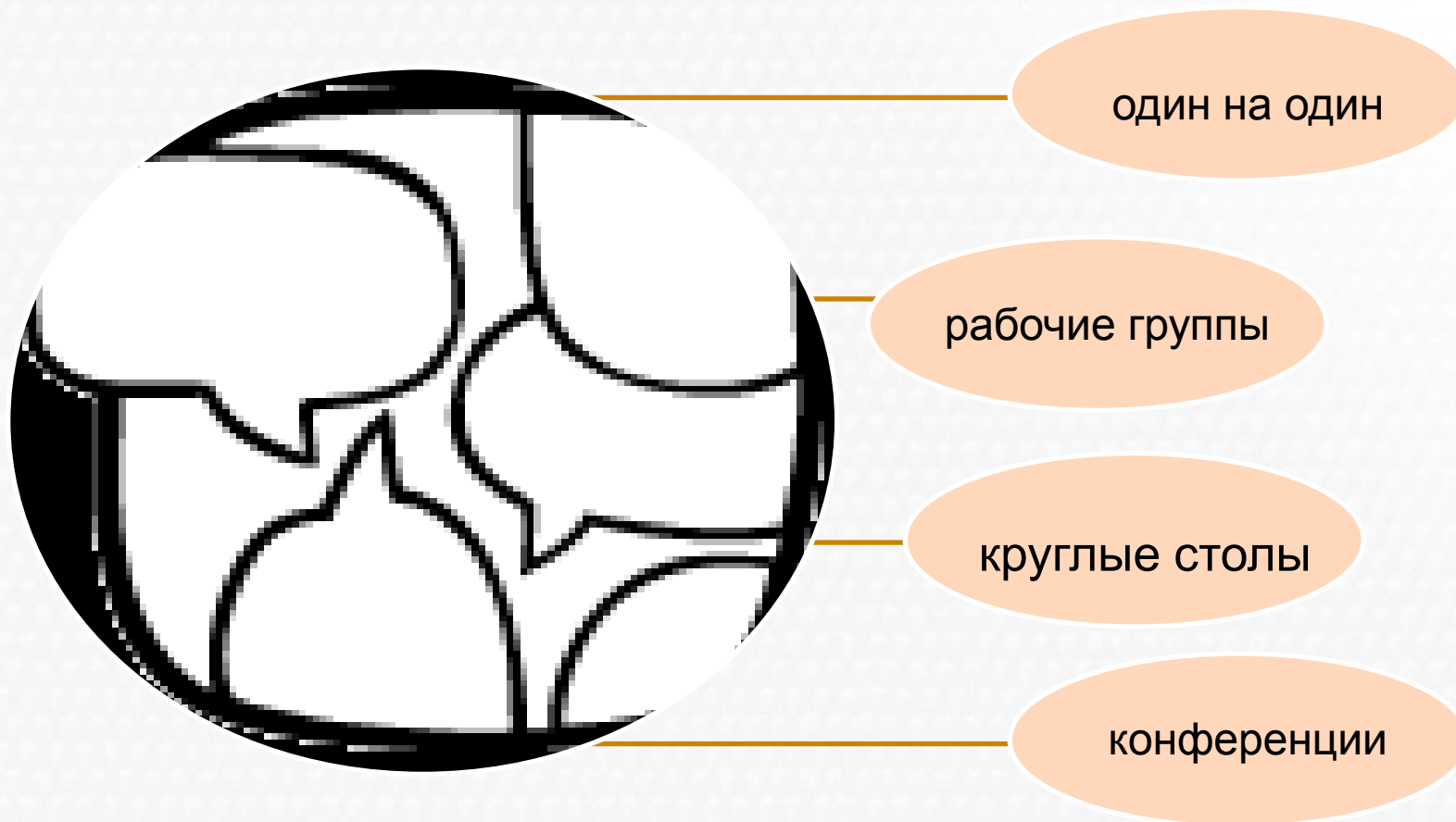
Коммуникация плана вовлечения

Необходимо коммуницировать и отчитываться о диалогах со стейкхолдерами:

- Письменный отчет
- Отдельные мероприятия;
- Индивидуальные встречи и бесед;
- Последующие телефонные брифинги, а также
- Обеспечение доступа к информации на веб-порталах.

Необходимо получать обратную связь от участников на представленную информацию и вносить изменения в ответ на комментарии.

Виды диалога со стейкхолдерами



Формы взаимодействия



- Прямые встречи и телефонные звонки;
- Встречи с участием третьей стороны (медиация);
- Фокус-группы;
- Конференции;
- Тематические семинары;
- Совет стейкхолдеров.



Работа с инвесторами

- Информирование об основных достижениях и прогрессе в деятельности компании за определенный промежуток времени;
- Открытый диалог с инвесторами для донесения бизнес-стратегии и практики корпоративного управления;
- Привлечение специализированных фирм, которые предоставляют консалтинговые услуги в сфере инвестирования;
- Участие в нефинансовых рейтингах, продвижение индексов и инвестиционных фондов, основанных на принципах социально ответственного инвестирования.



Диалог с сотрудниками

Непосредственный

- индивидуальное интервью;
- социальные запросы.

Косвенный

- социальный диалог (участник взаимодействия – профсоюз)



Взаимодействие с потребителями

- Для потребителей все большее значение имеет то, каким образом производится товар;
- Позволяет компании минимизировать возможные риски перед запуском новой продукции или услуги;
- Участие в диалоге часто принимают третьи стороны:
 - Некоммерческие организации, которые занимаются защитой прав потребителей;
 - Профсоюзы (когда решения компании, касающиеся потребителей влияют на условия труда);
 - Органы власти.



Взаимодействие с местными сообществами

- Способствует коммуникации, позитивным отношениям с местными стейкхолдерами, принятию местным сообществом деятельности компании;
- Способствует поиску необходимого персонала среди представителей местного сообщества;
- Выпуск продукции и предоставление услуг, которые соответствуют ожиданиям местного сообщества;
- Может сыграть позитивную роль при принятии тендерных пропозиций и обеспечить компанию новыми контрактами.



Диалог с поставщиками и партнерами

- Необходим для устойчивого управления цепочками поставок;
- Также позволяет компании улучшить качество продукции, сделать цепочку поставок прозрачной, обеспечить лояльность потребителей, улучшить имидж компании;
- Во время диалога основной темой является внедрение поставщиками принципов устойчивого развития;
- Нарушения со стороны поставщиков могут иметь негативное влияние на репутацию компании и, соответственно, уменьшить ее прибыль.



The background of the slide is a solid red color. In the upper half, there are several thin, white, wavy lines that sweep across the frame from left to right, creating a sense of motion and elegance. These lines are more densely packed on the left and right sides, tapering towards the center.

СПАСИБО!

ЦЕНТР РАЗВИТІЯ КСО

www.csr-ukraine.org