

ИНТЕРНЕТ И СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Экспертный опрос

Есть ли на сайте Вашей компании раздел по КСО, устойчивому развитию или благотворительности?

■ **Татьяна Авраменко:** У нас есть раздел о наших социальных программах, которым заведует отдел по связям с общественностью. Раздел по КСО – http://www.citibank.ru/russia/citigroup/rus/corp_citizenship.htm

■ **Анна Битова:** Весь наш сайт посвящен благотворительности, адрес www.csr.org.ru. За сайт отвечает так называемый отдел фандрайзинга (проектов). Официального названия отдела в ЦЛП нет, так как в основном все люди занимаются всем, что необходимо (это свойственно общественным организациям и постоянно живущим в ограниченном бюджете). Например, один сотрудник является психологом, занимающийся с детьми, между тем он также координирует деятельность волонтеров и отвечает за мастер-классы.

■ **Юрий Гусев:** Специализацией Экспертного центра управления является содействие модернизации корпоративного и территориального управления. Поэтому, уже главная страница нашего сайта (www.goodwill-governance.com) содержит важную информацию об устойчивом развитии как интегральном компоненте управления на высших уровнях компаний и организаций, а также перечне международных организаций, критерии, которые мы внедряем в практику управления компаниями и организациями.

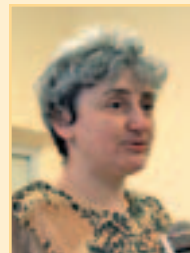
Поскольку начинать всегда надо с себя, сайт Экспертного центра управления (см. страницу «ЭТИКА») содержит конкретную информацию о ключевых этических принципах, о предназначении и общественно ценностном предложении, о политике качества – ответственности перед потребителями наших услуг, о нашей политике как работодателя, о нашей политике сохранения окружающей среды.

Во многом, наша успешность связана и с ответственными операционными принципами, которые отражены на странице «БАЗИС». В частности, мы придерживаемся принципа социального предпринимательства: наша деятельность нацелена на формиро-

НАШИ ЭКСПЕРТЫ



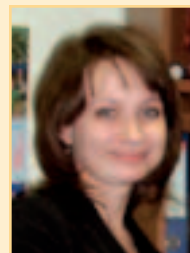
*Татьяна Авраменко,
менеджер по работе
с общественными
организациями
ЗАО КБ «Ситибанк»*



*Анна Битова,
директор РБОО
«Центр лечебной
педагогики»*



*Юрий Гусев,
директор Экспертного
центра управления*



*Елена Журавлёва,
руководитель направ-
ления социальных про-
ектов авиакомпании
«Трансаэро»*



*Светлана Заславская,
советник по связям
с общественностью
компании «ЭксонМобил
Раша Инк.»*



*Елена Наумова,
генеральный директор
БФ «Зона Надежды»*



Леонид Игнат, директор по информационной политике и связям с общественностью ОАО «Альфа-Банк»



Вероника Кабалина, начальник Управления социальной политики ОАО «ГМК «Норильский никель»



Яна Котухова, руководитель отдела по работе с государственными и общественными структурами и корпоративным коммуникациям в странах СНГ компании «Ново Нордиск»



Юлия Мартынова, главный специалист Управления корпоративных коммуникаций Департамента общественных связей ОАО «ЛУКОЙЛ»



Людмила Новицкая, директор по коммуникациям Исследовательской компании «КОМКОН»

вание и поддержание экономической, социальной и экологической среды, помогающей предприятиям создавать добавленную стоимость, а гражданам — улучшать своё благосостояние. На этой же странице нашего сайта конкретно указано, что каждый реализуемый нами проект создаёт не только экономическую добавленную стоимость, но обязательно имеет измеримый социальный и экологический эффект.

К вопросу о технологии размещения информации на сайте: актуальную информацию предоставляют наши эксперты-советники, её размещение на сайте авторизует директор, техническое размещение информации на сайте осуществляет веб-мастер.

■ **Елена Журавлёва:** Да, безусловно, на сайте авиакомпании «Трансаэро» существует раздел «Социальная ответственность», который содержит несколько подразделов, рассказывающих о ценностях и направлениях социальной политики, а также краткое описание основных социальных программ компании. Посетителям раздела предлагается ознакомиться с процедурой обращения в компанию на предмет оказания поддержки и помощи. В разделе «Социальная ответственность» можно также скачать электронную

версию отчёта в области устойчивого развития авиакомпании «Трансаэро».

Ознакомиться с разделом «Социальная ответственность» авиакомпании «Трансаэро» можно по ссылке: <http://www.transaero.ru/ru/company/social>.

Содержательным наполнением данного раздела занимается Директорат по корпоративным коммуникациям, непосредственно курирующий реализацию социальных программ.

■ **Светлана Заславская:** На глобальном сайте корпорации «ЭксонМобил» программы в области КСО обобщены в специальный раздел, который полностью посвящен корпоративному гражданству. У каждого подразделения корпорации в разных странах мира существует свой сайт, и российский офис не исключение. В русскоязычной версии сайта, помимо глобальных программ компании, опубликована информация обо всех реализуемых социальных проектах «ЭксонМобил» в России. За наполнение русской версии сайта, в том числе и раздела корпоративного гражданства, отвечает отдел по связям с общественностью и органами государственной власти. Более подробную информацию о социальных про-



Наталья Овакмян, руководитель службы корпоративных коммуникаций «Хенкель» в России



Ирина Платонова, ведущий специалист по корпоративной социальной ответственности Amway



Ольга Прохода, менеджер по КСО ООО «Нестле Россия»



Илья Рабченко, генеральный директор в студии SMOrго



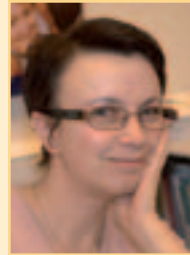
Яков Роголин, директор/соучредитель донецкого фонда «Доброта»



Дмитрий Росс,
директор по стратеги-
ческому коммуникациям
в социальных медиа
Бюро Социальной
Публицистики



Лия Сидлина,
менеджер по
корпоративной
социальной ответст-
венности компании
«БАТ Россия»



Елена Трахтенберг,
менеджер по устой-
чивому развитию ЗАО
«Королевский банк
Шотландии»

ектах компании «ЭксонМобил» в России можно по-
лучить по ссылке <http://www.exxonmobil.ru/Russia-Russian/PA/community.aspx>.

■ **Елена Наумова:** «Зона Надежды» – это благотвори-
тельный фонд, миссией которого является мате-
риальная и социальная поддержка семей, с детьми-
инвалидами, детьми с различными нарушениями
опорно-двигательного аппарата.

Сайт «Зона Надежды» – это интернет-лицо, отра-
жение благотворительной деятельности самого
фонда.

■ **Леонид Игнат:** На сайте Альфа-банка раздел
«Банк и общество» (<http://alfabank.ru/society/>) пол-
ностью посвящен корпоративной социальной от-
ветственности и включает основные направления:
благотворительность, специальные проекты, обра-
зовательная программа «Альфа-Шанс», программа
помощи тяжелобольным детям «Линия Жизни» и
поддержка проектов Фонда защиты дикой природы
(WWF). Также в разделе представлены социальные
отчёты. Информация раздела постоянно обновляется,
за что несет ответственность менеджер по коор-
динации благотворительных проектов, работающий
в департаменте, который я возглавляю.

■ **Вероника Кабалина:** Да, у нас есть такой раздел
(<http://www.nornik.ru/development/>), за его наполне-
ние отвечает Управление социальной политики ОАО
«ГМК «Норильский никель».

■ **Яна Котухова:** Компания «Ново Нордиск» явля-
ется не только мировым лидером в лечении сахар-
ного диабета, но и признанным лидером в области
КСО. Повышение качества жизни людей с диабетом,
вклад в развитие систем диабетологической помощи
стран, в которых компания работа-
ет, – вот основные направления де-
ятельности нашей компании в этой
области.

На российском сайте компании
«Ново Нордиск» мы рассказываем
обо всех аспектах деятельности на-
шей компании, в том числе и о де-
ятельности в области КСО. Дан-
ный раздел сайта имеет название
«Проекты» и доступен по следую-
щей ссылке: http://www.nvonordisk.ru/documents/promotion_page/document/projects.asp.

За наполнение раздела отвечает отдел по работе с
государственными и общественными структурами и
корпоративным коммуникациям.

■ **Юлия Мартынова:** Да, на сайте Компании есть
соответствующий раздел, который содержит инфор-
мацию по благотворительной и социальной деятель-
ности, молодежной, социальной политике Компа-
нии (внутренней и внешней), пенсионному обеспе-
чению, профсоюзному движению, а также раздел,
посвященный охране окружающей среды.

http://www.lukoil.ru/static_6_5id_263.html – бла-
готворительная и социальная деятельность.

За наполнение разделов отвечают функциональ-
ные подразделения: служба по управлению персона-
лом, Департамент общественных связей и Департа-
мент промышленной безопасности и экологии в ча-
сти раздела «Окружающая среда».

■ **Людмила Новиченкова:** Да (<http://www.comcon-2.com/default.asp?trID=432>), за наполнение отвечает
директор по коммуникациям.

■ **Наталья Овакимян:** Устойчивое развитие и кор-
поративная социальная ответственность – неотъ-
емлемая часть политики «Хенкель». Это отражает-
ся и в информационной стратегии компании. Раз-
дел по корпоративной социальной ответственности
на сайте компании разработан на глобальном уров-
не и имеет одинаковую структуру и наполнение для
всех стран. На локальном уровне отделы корпора-
тивных коммуникаций в каждой стране обновля-
ют новости, в то время как информация по страте-
гическому видению и ценностям в области КСО оста-
ётся неизменной. Это помогает максимально чет-
ко донести позицию «Хенкель» по вопросам КСО до

Вернисаж



Александр Дейнека. Вратарь. 1934. ТИИ

каждого стейкхолдера в любой из 125 стран присутствия http://www.henkel.ru/cps/rde/xchg/henkel_rur/hs.xml/89_RUR_HTML.htm.

■ **Ирина Платонова:** На сайте нашей компании есть большой раздел «Помощь детям» (http://www.amway.ru/cms/Amway_in_Russia/Helping_children), посвященный программе корпоративной социальной ответственности «Амвэй» в России, где представлены все крупные проекты компании в этой области. В этом разделе есть также информация о всех новостях компании в области благотворительности в России и в мире, обращения Послов доброй воли и Главы ЮНИСЕФ, самого крупного партнёра «Амвэй» в России, к сотрудникам и дистрибьюторам «Амвэй», выложены социальные отчёты компании и т.д. Все новости для этого раздела готовят сотрудники отдела внешнекорпоративных связей, которые непосредственно отвечают за реализацию проектов КСО в компании «Амвэй».

■ **Ольга Прохода:** Есть, за наполнение отвечает отдел по корпоративным вопросам. Этот раздел посвящен теме «Создание общих ценностей». Так тема КСО понимается в «Нестле»: «бизнес может быть успешен в долгосрочной перспективе только в том случае, если он создаёт ценности не только для акционеров компании, но и для общества в целом» (www.nestle.ru и www.nestle.com).

Создан специальный сайт «Нестле» <http://creatingsharedvalue.org> для освещения деятельности компании в области социальных, экологических программ.

■ **Илья Рабченко:** Раздела нет. Год назад мы под-

держивали благотворительный фонд РОССПАС <http://rosspas.ru/>. Были задействованы как публикации на собственном сайте, так и публикации о фонде в блогосфере. Цель — привлечь пожертвования блогеров для детей, нуждающихся в помощи.

■ **Яков Роголин:** Наш не слишком современный, но удовлетворительно информирующий и терпимо продвигающий нашу организацию сайт www.dobrota.donetsk.ua почти целиком посвящен собственной и иной КСО. Ведет его PR-отдел.

■ **Лия Сидлина:** Раздел «Ответственный подход» на сайте www.batrussia.ru посвящен вопросам корпоративной социальной ответственности. В нём можно найти информацию о наших принципах ответственного ведения бизнеса, программах по предотвращению курения среди несовершеннолетних, о социальных инвестициях, стандартах в области защиты окружающей среды. В разделе об устойчивом развитии можно ознакомиться с социальными отчётами компании.

■ **Елена Трахтенберг:** Раздел по КСО есть на сайте группы. Отдельно отражена деятельность по устойчивому развитию (<http://www.rbs.com/about-rbs/g2/sustainability.ashx>) и социальным инвестициям (<http://www.rbs.com/about-rbs/g2/supporting-our-communities.ashx>).

Наполнением этих страниц занимаются соответствующие структуры головного офиса, в основном, те подразделения Департамента маркетинга и связей с общественностью, в чьем ведении находятся проекты по устойчивому развитию и по социальным инвестициям.

Довольны ли Вы оперативностью, полнотой и глубиной отражаемых в этом разделе материалов? Нет ли угрозы для устойчивости бизнеса в связи с раскрытием какой-либо информации в этом разделе?

■ **Татьяна Авраменко:** Я сама слежу за наполнением раздела о социальных программах. Не вижу как раскрытие информации о КСО может угрожать устойчивости бизнеса. Наоборот, этот раздел рассказывает о добрых делах компании, что позитивно влияет на репутацию компании.

■ **Анна Битова:** Мы всегда открыты, а с оперативностью очень трудно, поскольку не хватает ресурсов.

■ **Юрий Гусев:** Как директор я слежу за оперативностью, полнотой и глубиной всей информации о деятельности Экспертного центра управления, включая размещаемую на сайте. Мы считаем, что объективную оценку информации на сайте дают только сами пользователи сайта, включая наших клиентов из числа российских и международных компаний и организаций. Наша практика с 2002 года показывает, что публичность информации о наших ключевых этических и операционных принципах, включая приверженность принципам ответственной де-

ловой практики, и раскрытие информации о реализованных проектах, (см. страницу «ОПЫТ») является одним из наших конкурентных преимуществ: зачастую, эти факторы являются решающими при принятии клиентами информированного и обоснованного решения о сотрудничестве с нами.

■ **Елена Журавлёва:** Раздел, посвященный КСО, появился на сайте авиакомпании не так давно. Он содержит базовую информацию, и в дальнейшем планируется содержательное развитие раздела.

Вся размещенная на сайте информация является открытой. Количественные и качественные показатели, характеризующие социальные программы, представленные на сайте, можно найти в Отчёте об устойчивом развитии авиакомпании «Трансаэро», в Годовом отчёте, а также непосредственно задав вопрос специалисту компании.

■ **Светлана Заславская:** Информация, указанная на сайте, обновляется в оперативном режиме, включая фотографии и отзывы участников социаль-

ных проектов. На интернет-сайте созданы ссылки на родственные сайты «ЭксонМобил».

Так, к примеру, указана ссылка на проект компании в России «Сахалин-1» (<http://www.sakhalin1.ru/ru/benefits/toRussia.asp>).

Компания «ЭксонМобил» стремится к максимально полному информированию общества о своих проектах в области корпоративной ответственности и о выгодах, которые получает Россия в результате сотрудничества с компанией. Наша информационная политика направлена на установление доверительных отношений с общественностью и формирование более полного понимания об ответственном ведении бизнеса.

■ **Елена Наумова:** Интернет-страница фонда появилась сравнительно недавно, поэтому сайт постоянно дополняется новыми материалами и информацией. В ближайшем будущем на сайте будет представлена наиболее полная информация о работе фонда, теме благотворительности в общем, проблеме ДЦП и толерантного отношения к детям-инвалидам.

■ **Леонид Игнат:** В разделе «Банк и общество» материалы отражаются оперативно и подробно, как, собственно, и в других разделах нашего сайта. Прозрачность и открытость деятельности «Альфа-Банка» в любой сфере, тем более в области социальной ответственности, не может нести угрозы, а, наоборот, показывает нас как честный и надёжный Банк, которому нечего скрывать от своих клиентов и партнёров.

■ **Вероника Кабалина:** Информация раскрывается в максимально возможном объёме, но не всегда оперативно. Угрозы нет, Компания проводит политику максимальной прозрачности.

■ **Яна Котухова:** Мы стараемся освещать вопросы деятельности компании «Ново Нордиск» в области КСО наиболее полно и оперативно. В частности, на сайте размещаются ежегодные социальные отчёты, содержащие подробную информацию о социальной, гуманитарной и образовательной деятельности компании как в мире, так и в России, а также о её успехах и достижениях, событиях и проектах.

Сегодня наши проекты, такие как, например, «Мобильный диабет-центр», получают развитие уже на государственном уровне, активно интегрируются нашими прямыми конкурентами. Мы можем этим только гордиться.

■ **Юлия Мартынова:** Да, информация представлена в достаточном объёме. В связи с тем, что вся информация является публичной, а к раскрытию информации о деятельности Компании представляются международные требования, связанные с тем, что ценные бумаги «ЛУКОЙЛ» обращаются на ведущих мировых фондовых биржах, нет оснований предполагать, что предоставля-

мая информация может служить угрозой для устойчивости бизнеса.

■ **Людмила Новиченкова:** Раздел обновляется нечасто (в этом нет такой необходимости). Раскрытие информации устойчивости компании не угрожает.

■ **Наталья Овакимян:** Раздел по КСО компании «Хенкель» проработан максимально детально — он состоит из 7 разделов и 12 подразделов. Причем содержит как общую информацию (кодексы, стандарты, отчёты), так и конкретные примеры того, как продукты «Хенкель» помогают внести вклад в устойчивое развитие. Таким образом, раздел содержит информацию как для потребителей, так и для партнёров и регулирующих органов.

Компания прикладывает все усилия, чтобы сделать раздел максимально полным и интересным. На сайте «Хенкель» вывешены отчёты по КСО начиная с 1992 года. Эта информация предназначена, главным образом, партнёрам и регулирующим организациям. Что же касается информации для потребителей, она представлена в максимально доступном формате. Например, на сайте вы можете «пройти» интерактивную экскурсию по устойчивому развитию и «посетить» интерактивный «Дом «Хенкель», в котором представлены продукты, соответствующие устойчивому развитию.

Также в разделе содержатся интервью с топ-менеджментом публикации в СМИ по КСО — из них посетители смогут узнать как компания на практике выполняет свои принципы.

■ **Ирина Платонова:** Мы стараемся как можно полнее и глубже отражать деятельность компании в этой сфере, поскольку сотрудники и дистрибьюторы собирают средства на ряд программ КСО, и нам необходимо отчитаться перед ними о том, куда компания направляет собранные средства. Кроме того, наша задача не только собрать деньги, но и вовлечь сотрудников и дистрибьюторов в проекты, чтобы они

Вернисаж



Александр Дейнека. Вид на Москву. Ноябрь 1941 года. 1941. ТИИ

принимали личное участие в волонтерских акциях, направленных на помощь детям. Для «Амвэй» также важно отметить и выразить благодарность самым активным волонтерам и донорам, поэтому на сайте много информации с фотографиями об акциях, в которых участвовали сотрудники и дистрибьюторы. Поскольку у компании несколько крупных долгосрочных проектов, в рамках которых постоянно происходят различные события и мероприятия, то с оперативностью размещения этой информации на сайте иногда возникают небольшие сложности.

Для бизнеса «Амвэй» размещение информации о программах КСО на сайте не представляет никакой угрозы, наоборот, она способствует укреплению репутации компании как социально ответственного бизнеса.

■ **Ольга Прохода:** В общем, довольны, на первоначальном этапе информация предоставлена в нужном объеме. Но планируем в ближайшее время дать более развернутую картину того, что «Нестле» делает в области Создания общих ценностей.

■ **Яков Роголин:** Самодовольство — не наш выбор. Наш выбор «ОПОП — и в дамки». ОПОП — это фривольная аббревиатура из первых букв первых требований к общественно-полезным организациям: Открытость, Прозрачность, Отчётность, Проверимость. В нашем случае предсмертные слова Гете «Света! Больше света!» абсолютно уместны.

■ **Дмитрий Росс:** Прозрачность программ кор-

поративной социальной ответственности и доступность информации о них является одним из основных условий в успешности программ КСО. Без освещения деталей программы практически невозможно пробудить интерес общества к деятельности компании на благо общества. Говоря о КСО, речь, в первую очередь, должна идти не о конкурентности, но о совместных усилиях компаний одного сектора или пересекающихся секторов.

■ **Лия Сидлина:** Могу с уверенностью сказать, что мы довольны информативностью раздела о принципах социальной ответственности нашего бизнеса.

«БАТ Россия» поддерживает открытый диалог с обществом, в котором осуществляет свою деятельность. Мы считаем, что должны вести свой бизнес максимально прозрачно. В создании отчёта принимают участие не только сотрудники «БАТ Россия», но и аудиторская компания, которая проводит независимую экспертизу как всего процесса, так и финального продукта. Поэтому появление в отчёте негативной для бизнеса информации исключено.

■ **Елена Трахтенберг:** Да, материалы на сайте достаточно оперативны и профессиональны. Я не думаю, что они могут представлять какую бы то ни было опасность устойчивости бизнеса, напротив, они отражают серьёзное отношение банка к таким вопросам, как качество предоставляемых услуг, а также экология, развитие местных сообществ, поддержка предприятий.

Как Ваша компания использует интернет для регулярного обмена информацией в области КСО с Вашими внешними стейкхолдерами? Насколько этот обмен информацией связан с функциями Вашего отдела по связям с общественностью?

■ **Татьяна Авраменко:** Это прямая обязанность отдела по связям с общественностью регулярно обновлять информацию о социальных программах на сайте, таким образом, информируя о социальной деятельности компании.

■ **Анна Битова:** Отдела фактически нет, есть пара человек, занимающихся и не только этим.

■ **Юрий Гусев:** Сетевое предпринимательство (см. страницу «БАЗИС») является одним из базисных операционных принципов Экспертного центра управления. Мы продвигаем принципы постиндустриальной экономики. Поэтому с 2008 года административно-хозяйственная часть нашего бизнеса полностью перенесена в информационные сети. За исключением специальных встреч и работы на территории заказчиков наши советники, вспомогательный персонал и клиенты взаимодействуют посредством интернет- и интранет-сетей, благодаря чему достигается кардинальное снижение издержек и повышение эффективности. Таким образом, львиная доля нашего общения с внутренними и внешними заинтересованными сторонами с 2008 года на практике перене-

сена в информационное пространство, включая использование преимуществ технологии 4G.

■ **Елена Журавлёва:** На сайте авиакомпании «Трансаэро» можно задать вопрос, касающийся социальной политики. Это можно сделать как на самом сайте, так и направив письмо по специальному электронному адресу (social@transaero.ru).

А в разделе сайта «Новости» всегда можно ознакомиться с анонсами событий, новостями и отчётами о проведенных мероприятиях. Новостной раздел компании обновляется ежедневно.

■ **Светлана Заславская:** Компания «ЭксонМобил» активно использует интернет в своих коммуникациях с внешней аудиторией и рекомендует этот ресурс для более полного ознакомления с историей и деятельностью компании. Более того, интернет-сайт компании является одним из самых эффективных инструментов для оперативного обмена информацией и удобной площадкой для размещения электронных версий корпоративных публикаций, таких как: социальный отчёт, обращения руководства, информационные листы, рекламные публикации и другое.

Вернисаж

■ **Елена Наумова:** Мы планируем стать членами ряда благотворительных интернет-проектов: «Благо.ру» и «Все вместе».

■ **Леонид Игнат:** На нашем сайте оперативно размещается актуальная информация и последние новости, в том числе, и в разделе КСО, поэтому любой желающий может не просто узнать, какие социальные проекты мы проводили и проводим, но и принять участие, например, в благотворительных аукционах и социальных программах.

Отдел, отвечающий за работу, наполнение и обновление корпоративного сайта Альфа-Банка, входит в состав департамента по информационной политике и связям с общественностью.

■ **Вероника Кабалина:** Раз в год Компания публикует на сайте электронную версию отчёта о КСО; также по мере поступления информация обновляется в разделах «Пресс-релизы», «Инвесторам» и «Новости регионов» на корпоративном сайте. Есть отдельный профориентационно-познавательный ресурс для детей работников Компании (<http://www.nickelca.ru/>). Также создан отдельный ресурс, посвященный корпоративному спорту (<http://www.sport-pornik.ru/>). Определенная часть информации выкладывается на корпоративном блоге (http://community.livejournal.com/norilsk_metal/). Также в Компании есть отдельные сайты предприятий (например <http://www.kolagmk.ru/>).

Управление по связям с общественностью отвечает за обновление общей информации о Компании и дважды в год размещает обновленную информацию в рубрике сайта «Устойчивое развитие».

■ **Яна Котухова:** Использование интернет-среды имеет важное значение для коммуникации с нашими стейкхолдерами. В настоящее время завершён первый этап проекта по расширению присутствия компании в российском сегменте интернета, а именно, запущена новая версия сайта, освещающая все аспекты деятельности «Ново Нордиск» в России. Данный проект находится также в ведении отдела по работе с государственными и общественными структурами и корпоративным коммуникациям.

■ **Юлия Мартынова:** На сайте есть горячая линия, где наши стейкхолдеры могут оставить свои предложения и замечания по работе автозаправочных комплексов. В разделе «Пресс-служба» предоставлены контактные телефоны пресс-служб предприятий Группы «ЛУКОЙЛ» в регионах деятельности Компании для СМИ. Также на сайте выложен большой спектр информационных материалов: пресс-релизы, выступления, статьи, интервью, видео- и фотоматериалы, ссылка на корпоративные СМИ, справочники, книги, буклеты, а также корпоративная коллекция Компании (старинные открытки, ценные бумаги, фотографии).

■ **Людмила Новиченкова:** Информация размещается в отдельном разделе сайта. Иногда мы рассылаем информационные письма клиентам по электрон-



Александр Дейнека. На стройке новых домов. 1926. ИИИ

ной почте в связи с благотворительными проектами. Информационным наполнением занимается отдел PR.

■ **Ирина Платонова:** Для нас очень важно получать обратную связь от наших дистрибьюторов о том, что касается нашей продукции, услуг, которые предоставляет компания, и, естественно, программ корпоративной социальной ответственности. Поскольку одной из задач является вовлечение как можно большего количества дистрибьюторов в проекты КСО, то эта обратная связь позволяет нам корректировать текущие проекты и планировать будущие так, чтобы они были им интересны и получили их одобрение и поддержку. В получении обратной связи нам в значительной мере помогает наш блог, который не так давно был запущен нашей компанией, где мы регулярно размещаем посты о новостях КСО. Ответственным за наполнение блога также является сотрудник нашего отдела, а посты, посвященные КСО, готовят сотрудники, отвечающие за реализацию проектов КСО.

■ **Ольга Прохода:** К сожалению, тема КСО фактически не освещается на страницах печатных СМИ, поэтому интернет — самое быстрое средство получения информации о деятельности той или иной компании. Отдел по корпоративным вопросам отвечает за оперативность предоставления информации и содержание по теме КСО.

■ **Яков Роголин:** Интернет наиболее демократичный, простой, экономичный etc способ беспрепятственного и полного информирования наших стейк-

холдеров: учредителей-попечителей, доноров-благотворителей, реципиентов, СМИ, партнёров и контрагентов. Получается *urbi et orbi* (городу и миру). Имея 14 телефонов, не считая мобильных у сотрудников, нашему фонду пока нетрудно обходиться без форума на сайте.

■ **Дмитрий Росс:** Для обмена информацией по программам КСО с партнёрами и стейкхолдерами в основном используется интернет. По программам, осуществляемым совместно с нашими партнёрами, непременно используются как социальные медиа (обмен информацией в блоге программы, размещение сообщений об актуальных событиях по програм-

ме в микро-блогах, брейнсторм при разработке концепции и стратегии), так и привычные уже средства интернет-связи, такие как e-mail.

■ **Лия Сидлина:** Мы своевременно информируем наших стейкхолдеров о проектах компании в области КСО. На сайте www.batrussia.ru можно найти регулярно обновляемую информацию по этой теме. В частности, мы публикуем на его страницах отчёты о социальной деятельности «БАТ Россия», которые рассылаются нашим партнёрам по мере их обновления. Для более подробного освещения некоторых проектов и конкурсов в области социальных инвестиций мы используем новостной раздел на сайте.

Используете ли Вы возможности интранет для продвижения КСО внутри компании? Насколько они эффективны? Как Вы информируете сотрудников о политике в области КСО и вовлекаете их в сами программы?

■ **Татьяна Авраменко:** Конечно, на нашем корпоративном интранете также есть раздел, посвященный социальным инвестициям. Кроме обновления информации в этом разделе мы используем и другие каналы внутренних коммуникаций, такие как новостная лента на главной странице интранета, корпоративный журнал, рассылки по электронной почте, плакаты, ежедневные рассылки международных новостей CitiToday. Используя все эти внутренние способы для общения с сотрудниками, мы всегда указываем имена коллег, к которым можно обратиться с вопросами или предложениями.

■ **Анна Битова:** Надеемся на организацию интранета, пока есть рассылка.

■ **Юрий Гусев:** Экспертный центр управления — малое предприятие по международной классификации: по состоянию на февраль 2010 года это консорциум десяти авторитетных экспертов корпоративного и территориального управления, которые имеют существенный практический опыт и продолжают работать на руководящих должностях и/или как члены советов директоров частных и публичных компаний, включая акционерные общества, акции которых находятся в федеральной собственности. Наши эксперты-советники, их ассистенты и немногочисленный общий вспомогательный персонал действуют в строгом соответствии с законами стран, в которых мы реализуем проекты, а также критериями, изложенными на страницах «ГЛАВНОЕ», «БАЗИС», «ЭТИКА» и «ЗАКОН» нашего сайта. В частности, страница «ЭКСПЕРТЫ» содержит четкую ссылку на эти основы нашей ответственной деловой практики.

■ **Елена Журавлёва:** Внутренний сайт «Трансаэро» — один из основных способов коммуникации с сотрудниками, особенно в условиях удаленности офисов компании. Не исключением стало и направление КСО, специалисты которого используют интранет для транслирования ценностей, принципов, а также донесения информации о социальных про-

граммах компании. Особенно эффективно интранет помогает в вовлечении сотрудников в благотворительную деятельность. Внутренний сайт стал одним из самых главных каналов позиционирования программы корпоративного волонтерства среди сотрудников.

Интранет содержит форумы, где сотрудники могут обсуждать волнующие темы, раздел «Новости», где анонсируются социальные и волонтерские мероприятия, раздел фотографий, где сотрудники, которые по тем или иным причинам не смогли принять участие в мероприятии, могли посмотреть фото- или видеотчёт.

Также в компании существует практика опросов сотрудников через интранет, посвященных тем или иным аспектам социальных программ.

■ **Светлана Заславская:** В корпорации «Эксон-Мобил» существует общий англоязычный интранет, на котором размещается вся важная для сотрудников информация, включающая в себя внутренние правила и принципы работы в компании. Помимо глобального внутреннего сетевого ресурса, каждый регион, где компания осуществляет свою деятельность, владеет собственной сетью интранет, которая, как правило, создаётся на родном языке регионального подразделения. На данный момент русская версия интранет находится в разработке, но в её структуре уже запланирован специальный раздел, посвященный социальным проектам компании и предполагающий активную вовлеченность сотрудников в волонтерские проекты.

■ **Елена Наумова:** В будущем мы планируем использовать все возможности для продвижения КСО в нашей компании.

■ **Леонид Игнат:** Большую роль для продвижения информации о новых благотворительных проектах среди сотрудников играет наш внутренний портал «Альфа-Навигатор». Этот инструмент позволяет не только информировать о новых акциях и при-

влекать к участию, но и проводить опросы сотрудников, организовывать конкурсы, отвечать на вопросы и получать пожелания и предложения. Также на сайте сами сотрудники размещают информацию о социальных проектах, и банк поддерживает те из них, которые набирают большинство голосов. Примером может служить голосование за волонтерский проект самих сотрудников ко Дню защиты детей и ко Дню знаний.

Помимо этого, на нашем интранет-портале размещена информация о конкретных детях, которым нужна помощь. И любой сотрудник может буквально за 1 минуту перевести деньги со своего счёта непосредственно на счёт ребёнка. Затем мы обязательно информируем, что было сделано на собранные деньги и стараемся поддерживать связь и следить за судьбами тех, кому помогаем.

■ **Вероника Кабалина:** Посредством интернет-ресурсов проводится анонсирование новых проектов и привлечение целевых групп.

■ **Яна Котухова:** Внутренним коммуникациям всегда уделялось особое внимание в компании «Ново Нордиск». Наличие глобального новостного корпоративного ресурса обеспечивает высокую осведомленность сотрудников о деятельности компании в области устойчивого развития. Обратная связь гарантирована наличием возможности открытого обсуждения и обмена мнениями по наиболее важным вопросам публикуемых новостей и сообщений.

■ **Юлия Мартынова:** В интранет есть разделы соответствующих общественных организаций ОАО «ЛУКОЙЛ», которые осуществляют деятельность в сфере КСО. Например, это страница спортивного клуба «ЛУКОЙЛ», профсоюзного комитета и совета молодых специалистов, которые регулярно проводят различные мероприятия и акции, направленные на реализацию программ и продвижение принципов КСО. В данных разделах размещается информация о проводимых мероприятиях, таких, например, как волонтерские акции совета молодых специалистов. Обратная связь с сотрудниками на портале обеспечивается с помощью оперативной связи посредством электронной почты, на которую направляются предложения и вопросы по реализации корпоративных социальных программ, а также путём предоставления возможности сотрудникам задавать интересующие их вопросы непосредственно на странице портала, где в дальнейшем размещаются ответы на них компетентных в данной области специалистов.

■ **Людмила Новиченкова:** Интранет используем, считаем это вполне эффективным. Обратная связь существует в виде электронной почты — компания небольшая, все знают, кто за что отвечает, кому писать.

■ **Ирина Платонова:** Для продвижения КСО внутри компании мы используем рассылку новостей или объявлений по электронной почте, газету для сотрудников «Амвестник», которая выходит раз в квар-

тал. В настоящее время наш отдел совместно с отделом по работе с персоналом готовит электронный выпуск новостей для сотрудников, в котором, в том числе, будет публиковаться информация о программах КСО.

■ **Ольга Прохода:** В «Нестле» существует интранет, доступ к которому имеют сотрудники в компаниях «Нестле» по всему миру. Это прекрасный инструмент для получения и обмена информацией, в частности и по теме КСО. Страницы интранета «Нестле» строятся по единому принципу во всем мире и наполняется информацией по мере её поступления. Обратная связь есть. Внизу указан электронный адрес того, кто ведет страничку интранета.

■ **Яков Роголин:** Пока нет реальной потребности, востребованности.

■ **Лия Сидлина:** Мы стремимся по максимуму использовать возможности как интернета, так и внутреннего сайта для освещения вопросов КСО среди сотрудников. Этот ресурс даёт возможность не только получить информацию о благотворительных проектах компании, но и принять в них непосредственное участие. К примеру, с помощью внутреннего ресурса сотрудники могут попасть на сайт программы частных пожертвований «Им нужна Ваша помощь». Пройдя по ссылке и заполнив электронную форму, они могут сделать пожертвование не отходя от компьютера.

Вернисаж



Александр Дейнека. Футболист. 1932. ККФ им. А. Дейнеки

Отдельный раздел на внутреннем ресурсе посвящен волонтерству, в котором можно найти информацию о текущих проектах и подробности участия в них. Один из примеров — после публикации в этом разделе информации о том, что несколько сотрудников планируют провести акцию для дома престарелых из Тульской области, на призыв присоединиться откликнулись многие сотрудники, которые сейчас собирают вещи и подарки для пенсионеров и планируют поездку на Пасху.

Наши сотрудники также регулярно получают рассылки по внутренней электронной почте с анонсами благотворительных проектов или акций компании, а также с итогами их проведения.

Помимо этого каждый день все сотрудники компании получают на свой электронный адрес обзор новостей, который включает в себя освещение ключевых событий в области КСО.

■ **Елена Трахтенберг:** Да, на интранете регулярно обновляются материалы по КСО. Кроме того, сотрудники получают информацию по электронной почте, самые важные материалы распечатываются и вывешиваются на доски объявлений. Обратная связь осуществляется по электронной почте и путём проведения опросов мнения сотрудников (раз в год).

Знакомы ли Вы с существующими всемирными и российскими сайтами по продвижению КСО? Если да, то назовите их.

■ **Татьяна Авраменко:** www.asi.org.ru — очень хороший сайт, много полезной информации; www.soc-otvet.ru.

■ **Анна Битова:** Нет, но хотели бы узнать.

■ **Юрий Гусев:** Экспертный центр управления содействует внедрению критериев корпоративного и территориального управления, а также устойчивого развития, которые разработаны одиннадцатью авторитетными международными организациями: все они перечислены на главной странице нашего сайта (<http://www.goodwill-governance.com/>). Мы приоритетно используем сетевые и печатные информационные ресурсы этих организаций.

■ **Елена Журавлёва:** Если говорить об экспертных площадках, посвященных теме корпоративной ответственности, то их довольно много, и все они хорошо знакомы: CSR Wire, CSR Europe, CSR Asia и многие другие.

Но я бы хотела обратить внимание коллег на такую новую площадку, как профессиональные блоги, и посоветовать наиболее интересные: Realizing Your Worth (<http://realizedworth.blogspot.com/>) — блог, посвященный корпоративному волонтерству, в блоге FabianPattberg.com (<http://www.fabianpattberg.com/>) ежедневно поднимаются актуальные темы в области корпоративной ответственности, вопросы инно-

Вернисаж



Александр Дейнека. Перед спуском в шахту. 1925. ИИИ

вационных решений и др. интересующие нас аспекты, блог CSR Reporting (<http://csr-reporting.blogspot.com/>) посвящен нефинансовой отчетности, а блог 3BL Media, CSR News, and Emily (<http://3blmedia.posterous.com/>) рассказывает об использовании социальных медиа в продвижении корпоративной ответственности.

■ **Леонид Игнат:** Мы поддерживаем тесные отношения с благотворительным фондом «Линия жизни» (<http://www.life-line.ru/>), и Фондом защиты дикой природы (<http://www.wwf.ru/>).

■ **Вероника Кабалина:** Знакомы и регулярно мониторим (<http://www.globalreporting.org/Home>, <http://www.rspp.ru/>, <http://www.corporateregister.com/>, <http://www.reportalert.info/>, <http://www.amr.ru/>, <http://www.asi.org.ru/>, <http://www.csrforum.ru/>, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/index_en.htm, <http://www.sustainability-indexes.com/>, <http://www.corporateresponsibility.net/>, <http://www.thecro.com/>, <http://www.environmentalleader.com>, <http://www.soc-otvet.ru/>).

■ **Яна Котухова:** <http://www.wbcsd.org>, <http://www.csreurope.org>, <http://blog.bsrg.org>

■ **Юлия Мартынова:** Сайт РСПП, где в частности размещена Библиотека лучших корпоративных практик, Регистр нефинансовых отчетов — www.rspp.ru.

Агентство социальной информации — www.asi.org.ru, <http://www.soc-otvet.ru/>; People Investor — www.peopleinvestor.ru; Ассоциация менеджеров — www.amr.ru; Форум доноров — www.donorsforum.ru; На-

циональный совет по корпоративному управлению — www.nccg.ru; а также <http://maecenas.ru/libs/index.html?33>; www.accountability21.net; www.globalreporting.org, www.sai.org; www.unglobalcompact.org и <http://www.undp.ru/index.phtml?iso=RU&lid=2>.

■ **Людмила Новиченкова:** www.blago.ru.

■ **Ольга Прохода:** Хотела бы получить полный список таких сайтов. Пока знакома с теми, с кем «Нестле» работает, в частности CAF, Агентство социальной информации, <http://www.b-soc.ru>, сайты различных благотворительных организаций и т.п.

■ **Дмитрий Росс:** Агентство социальной информации — asi.org.ru; портал с новостями брендов — brandnews.ua; англоязычный портал КСО — csrwire.com; Business media outlet — prnewswire.com; Бюро Социальной Публицистики — publiciti.ru.

■ **Лия Сидлина:** В России я бы назвала сайты таких организаций, как Форум Доноров (www.donorsforum.ru), АСИ (www.asi.org.ru), Бизнес и общество (www.b-soc.ru), КАФ Россия (www.cafussia.ru). Из международных организаций отмечу Ethical Corporation (www.ethicalcorp.com).

■ **Елена Трахтенберг:** Я пользуюсь сайтами некоммерческих организаций, с которыми мы в той или иной мере сотрудничаем (в России это, в частности, WWF, IBLF, «Линия жизни»). Большой интерес представляют сайты международных организаций (IFC, UN, EPFI). Отрадно, что многие крупные российские компании на своих сайтах стали размещать свои социальные/нефинансовые отчёты, мне кажется, что эту инициативу стоит всемерно развивать и поддерживать.

Существует ли в Вашей компании стратегия интернет-маркетинга, касающаяся корпоративной социальной ответственности? Если да, то какие задачи она решает и на какие целевые аудитории направлена?

■ **Татьяна Авраменко:** Нет, не существует.

■ **Анна Битова:** К сожалению, нет.

■ **Юрий Гусев:** Ответственная деловая практика относится к основам нашей деятельности, включая маркетинг, который связан с использованием возможностей информационных сетей.

Например, наше партнёрство с иностранной компанией — одним из лидеров индустрии программного обеспечения управления устойчивым развитием — стало возможным именно благодаря информации, размещенной в сети.

■ **Елена Журавлёва:** Данное направление находится в разработке.

■ **Елена Наумова:** Нет.

■ **Леонид Игнат:** У нас есть ко-брендовая карта с WWF (<http://www.alfabank.ru/retail/cards/wwf/>). С каждой покупки, совершаемой нашим клиентом по данной карте, 0,3% перечисляются в Фонд.

Кроме того, на сайте банка мы продвигаем социально благотворительные проекты и приглашаем принимать в них участие как клиентов, так и наших сотрудников.

■ **Вероника Кабалина:** Такой потребности нет,

ввиду того, что характер производимой Компанией продукции не предполагает её использование конечным потребителем.

■ **Яна Котухова:** Наша интернет-стратегия направлена, прежде всего, на всестороннее освещение деятельности российского представительства компании «Ново Нордиск», в том числе и в области КСО.

■ **Людмила Новиченкова:** Нет такой стратегии.

■ **Ольга Прохода:** Интернет и хорош тем, что информация, размещенная на нём, открыта для любой аудитории. Стратегия заключается в том, чтобы ознакомить посетителей нашего интернет-сайта с тем, что делает «Нестле» в области КСО, помощи обществу, волонтерства и т.д.

■ **Илья Рабченко:** К сожалению, не существует.

■ **Яков Роголин:** Успешно использовали в региональных проектах «SOSстрадание: срочная материальная помощь больным детям», «Видеть сердцем: комплексная помощь слабовидящим и незрячим», «Благотворителем может и должен быть каждый» и др.

Запланировано уже в этом году в общенациональном проекте Биржа благотворительности «Аватар».

Использует ли компания (или Вы как её специалист) социальные сети для продвижения КСО? Если да, какие ресурсы Вы используете?

■ **Татьяна Авраменко:** Да, у нас есть специальный раздел в интранете, посвященный жизни сотрудников, где мы часто публикуем отчёты и фотографии о социальных событиях, в которых участвовала наша компания или наши сотрудники. Также есть блоги на нашем международном интранете, где сотрудники разных стран пишут о важных событиях, в том числе и социальных.

■ **Анна Битова:** Используем сайты www.ccp.org.ru, www.osoboedetstvo.ru, социальные сети www.facebook.com, www.twitter.com, www.vkontakte.ru, www.livejournal.com.

■ **Юрий Гусев:** Многие эксперты-советники Экспертного центра управления участвуют в сетевых сообществах, которые профильны нашей деятельности. Например, по состоянию на февраль 2010 года

я являюсь членом десяти профильных профессиональных групп в международной сети LinkedIn. Ежедневно, со всего мира я получаю, в среднем, пять-восемь сообщений-приглашений к обсуждению актуальной профессиональной информации, включая такую по вопросам управления устойчивым развитием бизнеса и общества. Следует отметить постепенный рост числа англоговорящих соотечественников в международных профессионально-ориентированных социальных сетях, которые, по моему мнению, содействуют международному взаимовыгодному обмену наиболее ценным активом современности – знанием.

■ **Елена Журавлёва:** Наша компания только в начале пути, но мы уже предпринимаем попытки использовать социальные медиа при выстраивании отношений с заинтересованными сторонами. Например, при работе с сотрудниками-волонтерами. Для выстраивания эффективных коммуникаций с этой группой сотрудников, помимо интранета и внутренних форумов, мы используем специально созданный блог «Наше путешествие в страну «Трансаэро», который полностью посвящен программе корпоративного волонтерства. А для удобства и охвата наибольшей аудитории выкладываем ролики с волонтерских мероприятий в Youtube.

Это очень простой пример. Но с помощью такого живого и гибкого канала коммуникаций, как социальные медиа, мы можем выводить сотрудников на обратную связь, позиционировать программу и привлекать новых сторонников.

А как специалист, заинтересованный в профессиональном развитии и обмене опытом, я принимаю активное участие в российских и международных дискуссионных площадках в социальных медиа, посвященных теме КСО. Например, группа CSR professionals in Russia в международной сети Linked In (www.linkedin.com) объединяет экспертов и специалистов в вопросах КСО, которыми поднимаются актуальные и интересные темы для обсуждений.

■ **Светлана Заславская:** В России до некоторого времени такой практики не было, но недавно мы присоединились к социальной сети LinkedIn.com, где активно обсуждаются вопросы КСО. Отметим, что данная социальная сеть является удачной площадкой для информирования коллег о деятельности компаний в области КСО и представители компании «ЭксонМобил» готовы активно участвовать в обсуждении.

■ **Елена Наумова:** Фонд планирует сотрудничать с такими проектами как Одноклассники.ру, Вконтакте, Myspace.

■ **Леонид Игнат:** В социальной сети на сайте www.vkontakte.ru создана группа «Дети детских домов», что позволяет привлечь волонтеров для поездок в детские дома и обеспечить дополнительный сбор средств.

■ **Вероника Кабалина:** Да, использует.

Вернисаж



Александр Дейнека. Купающиеся девушки. 1933. ТИИ

■ **Яна Котухова:** Мы используем все возможности интернет для продвижения идей КСО в мире и в России.

■ **Юлия Мартынова:** Нет, не используем

■ **Людмила Новиченкова:** Нет.

■ **Ирина Платонова:** В социальной сети LinkedIn, которая была создана для поиска и установления деловых контактов, есть закрытая группа «CSR Professionals in Russia» («Специалисты по КСО в России»), которая создана для обмена опытом, идеями и практиками между CSR-представителями бизнеса. Этот ресурс даёт возможность участвовать в дискуссиях сообщества и делиться информацией о корпоративных практиках в области КСО. Участие в этой группе позволяет почерпнуть много полезной информации от коллег, реализующих программы КСО в крупных российских и зарубежных компаниях.

Для продвижения КСО мы активно используем наш корпоративный блог, который позволяет нам получать обратную связь.

■ **Ольга Прохода:** Тема «Создания общих ценностей» (Creating Shared value – CSV), если CSV набрать в поисковике, выветится на сайтах www.youtube.com, www.Linkedin.com, www.facebook.com, www.twitter.com. На этих сайтах есть страница CSV (например <http://www.youtube.com/user/NestleCSV>).

■ **Илья Рабченко:** Любая крупная социальная сеть или проект с аудиторией может использоваться для набора единомышленников.

Но КСО-проекты должны попадать в аудиторию, т.е. для сети Вконтакте проект должен затрагивать проблемы молодежной аудитории 16–25 лет, для Одноклассников проекту требуется заинтересовать более старшую аудиторию, с ядром 18–40 лет. Ну а если проект узкоспециализированный, то тре-

буется выбирать площадку по тематике.

Если IT, то это может быть Хабрахабр, если тематика «бизнес», то e-executive.ru или professional.ru, если требуются активная в общественном плане аудитория, то надо идти в Живой Журнал.

■ **Яков Роголин:** Пока нет.

■ **Дмитрий Росс:** Социальные сети могут, но не

обязаны присутствовать в стратегии программы КСО корпорации. Да, нами используются такие социальные сети, как Facebook, LinkedIn, Vkontakte, социальная сеть для кинематографистов — Miradox, микро-сеть Ассоциации выпускников обменных международных программ MuskieCub, социальная сеть ExchangesConnect.

Приведите примеры, связанные с использованием социальных сетей, отразившихся на репутации компании в области социальной ответственности.

■ **Татьяна Авраменко:** Пока у нас нет такого опыта в области КСО.

■ **Анна Битова:** С этим сложно.

■ **Юрий Гусев:** Опыт участия советников Экспертного центра управления в международных медиа-сетях, от участия в профессиональных дискуссиях и обмену экспертными мнениями до международной презентации книги, написанной одним из наших советников — только положительный. Наше про-активное присутствие в информационном пространстве в России и вне её, безусловно, содействует росту нашей репутации как важного нематериального актива, управлением которого мы занимаемся профессионально. С развитием постиндустриальной экономики и глобальных тенденций мы прогнозируем существенный рост объёма добавленной стоимости, производимой в сфере нематериальных активов, включая сетевое взаимодействие. В частности, именно поэтому продуктом Экспертного центра управления являются знания инноваций корпоративного и территориального управления с учётом уроков кризиса, тенденций глобализации (экономической, социальной и экологической взаимозависимости) и постиндустриальной направленности успешных экономик (преимущественное производство ценности в сфере знаний, инноваций и взаимодействия с заинтересованными сторонами).

■ **Елена Журавлёва:** По мере развития социальных медиа, зарубежных и российских примеров, как положительных, так и отрицательных, отразившихся на репутации компании, становится всё больше.

Я бы хотела проиллюстрировать, какие опасности и риски хранит в себе игнорирование социальных медиа. Это становится очевидным на примере ситуации произошедшей с известным американским гитаристом и компанией United Airlines (подробности можно прочитать здесь: <http://www.atwonline.com/news/story.html?storyID=17218>).

Репутация авиакомпании серьёзно пострадала от безответственности, которая была комичным образом изображена видеороликом «United breaks guitars» и выложена в Youtube (<http://www.youtube.com/watch?v=5YGc4zOqozo>). Ролик «облетел» весь мир и собрал более 8 млн просмотров.

Есть и многочисленные российские примеры.

Социальные медиа становятся мощным инструментом коммуникаций с целевыми аудиториями. Если компании не будут использовать этот ресурс, то это сделают сами заинтересованные стороны. И, к сожалению, в этом случае диалог может получиться довольно неприятный.

■ **Леонид Игнат:** Мы, в основном, используем наши собственные ресурсы, которых у нас немало, для привлечения к участию в социально благотворительной деятельности Банка.

Использование социальных сетей осуществляется достаточно редко и на репутацию Банка в области социальной ответственности существенного влияния не имеет.

■ **Людмила Новиченкова:** Не могу вспомнить таких примеров.

■ **Ирина Платонова:** В феврале этого года компания запустила крупномасштабный проект пожертвований среди дистрибьюторов «Амвэй». Он заключается в том, что в каждом торговом центре «Амвэй» (всего 13 по всей России), любой из дистрибьюторов может сделать пожертвование, оплатив специальный благотворительный набор (всего два вида наборов) из продукции компании по уходу за домом и телом. Компания затем передает эти наборы продукции в детские дома того города или региона, в ТЦ которого был куплен набор. Мы разместили информацию о запуске акции на блоге компании, который еженедельно посещают порядка 12000 пользователей. Это позволило нам проинформировать большое число людей об акции, получить обратную связь и ответить на возникшие вопросы.

Блог компании посещают не только сотрудники и дистрибьюторы, поэтому размещение постов о программах КСО, реализуемых компанией, позволяет позиционировать «Амвэй» как социально ответственный бизнес, что, несомненно, способствует укреплению репутации компании на российском рынке.

■ **Ольга Прохода:** Если компания говорит о том, что она делает для общества в целом, это положительно отражается на её репутации.

■ **Яков Роголин:** Собственного опыта получить не успели, а известные примеры — недостаточно достоверны.

Есть ли у Вас необходимость в дополнительных интернет-ресурсах по новым инициативам, тенденциям, обобщенному опыту в области КСО? Если да, то какая конкретно информация Вам необходима, в какой форме?

■ **Татьяна Авраменко:** Чем больше интернет-ресурсов, чем больше информации под разными углами, тем лучше. А форму пусть придумывают креативные специалисты.

■ **Анна Битова:** Мы только начинаем осваивать это, пока довольно мало знаем, будем рады обучению.

■ **Юрий Гусев:** Полагаю, что за исключением инноваций управления КСО и устойчивым развитием, которые пока остаются закрытым патентованным знанием, целеустремленные англоговорящие пользователи информационной сети находят в ней всё, что необходимо для информационной поддержки их профильной профессиональной деятельности.

Выражая консолидированное мнение коллег по Экспертному центру управления, считаю необходимым отметить, что с ростом осознания актуальности и, без преувеличения, выгоды ответственной деловой практики и профессионального управления рисками и возможностями устойчивого развития бизнеса и общества, возрастет и потребность в трансляции и сетевом распространении большего объёма профильной информации с английского на русский язык. Ибо без освоения международного знания и опыта, без осознания интегральности (взаимозависимости) и принципов эффективного взаимодействия глобальная конкурентоспособность и долгосрочное устойчивое развитие российского бизнеса и общества — не более чем утопия.

■ **Светлана Заславская:** Общение с коллегами, обмен опытом и идеями всегда полезен. Взаимодействие специалистов в области КСО увеличивает эффективность программ не только для компаний, но, что более важно, для самих благополучателей.

■ **Леонид Игнат:** Возможность помочь большему количеству нуждающихся увеличил бы справочник всех существующих благотворительных фондов с чётким описанием направления их деятельности.

■ **Вероника Кабалина:** Да, хотелось бы своевременно получать информацию о изменениях в стандартах, связанных с КСО и процессе работы над разработкой новых стандартов; возможно проведение on-line конференций по вопросам КСО и др.

■ **Яна Котухова:** Хорошим подспорьем был бы сайт, на котором в новостном формате отображалась деятельность в области КСО российских и иностранных компаний, представленных в России.

■ **Юлия Мартынова:** Интересен опыт и тенденции развития современных форм использования социальных сетей и возможностей интернет в области КСО.

■ **Людмила Новиченкова:** Нет, мне достаточно информации.

■ **Ольга Прохода:** Мне бы хотелось получить информацию о тех сайтах, которые пишут о корпоратив-

ной социальной ответственности, с тем, чтобы иметь возможность размещать на них информацию об акциях, которые «Нестле» делает в области социальной ответственности.

■ **Илья Рабченко:** Требуется более полная информация по КСО.

■ **Яков Роголин:** Общие тенденции и конкретные примеры.

■ **Дмитрий Росс:** Пожалуй, единственная трудность, с которой приходится сталкиваться часто, — поиск контактных лиц в корпорациях, непосредственно отвечающих за программы КСО этих корпораций. Регулярные релизы и анонсы по программам КСО компаний (возможно, в виде информационной рассылки).

■ **Лия Сидлина:** Весьма актуальным было бы появление ресурса, аккумулирующего опыт и наиболее успешные практики в области КСО как коммерческих, так и некоммерческих компаний в России. Не менее важной я считаю возможность on-line общения с экспертами в области КСО.

■ **Елена Трахтенберг:** Думаю, что существующих ресурсов достаточно. ☒

Вернисаж



Александр Дейнека. Физкультурница. Плакат. 1933. ТИМ