

## Круглый стол: «Создание общей ценности – современный тренд социальной вовлеченности бизнеса»

### Ключевые «проблемные точки»

- КСО как конкурентная стратегия теряет свою актуальность (лишь 3% компаний видят связь КСО со стратегией)
- Стратегии бизнеса краткосрочны и не учитывают социальную деятельность
- Отсутствие единой терминологии - Бизнес формирует собственное понимание КСО, несмотря на наличие стандартов ИСО 26000 – рост с 15% в 2008 до 40% в 2014 (лишь 16% внедрили стандарты)
- 2/3 компаний видят КСО лишь как ресурс для репутации компании
- КСО передано на управление среднего менеджмента
- Отсутствует грамотное целеполагание
- Практически отсутствует оценка социальных результатов и социального воздействия бизнеса (в основном, отчитываются показателями деятельности – количество)
- Бизнес не видит интереса в оценке, так как это не приносит денег
- Развито «взаимодействие» со стейкхолдерами, в то время как в оригинале - Engaging stakeholders подразумевает – вовлечение стейкхолдеров
- Отсутствует понимание и доверие, на уровне общества о социальной деятельности бизнеса (НКО и СМИ не рассматриваются как приоритетные стейкхолдеры)
- Отсутствует наработанный массив знаний (результатов, показателей, кейсов)
- Законодательство не мотивирует на социальную деятельность
- Есть вопросы национального менталитета и отношения

### Ключевые «точки роста»:

- Кризис – возможности для разработки новой стратегии, новых эффективных подходов к осуществлению основной и социальной деятельности
- Бизнес начинает говорить о ценностях (социальных) и их со-настроенности с ценностями акционера, корпоративной ценности
- Есть примеры правильного выстраивания коммуникаций с сообществом (с учетом ценностей) – продуктовые и социальные
- Важной остается прямая поддержка руководителя – акционера (вдохновляет, как минимум)
- Важно понимание целей и ценности для бизнеса социальной деятельности на уровне профильных руководителей – финансовые директора. Здесь важна доказательная база, а соответственно и оценка
- Оценка социального воздействия и связь с бизнес результатами
- Вовлечение сотрудников для повышения лояльности и устойчивости
- Важно воспитание лояльности потребителей
- Бизнес в тестовом режиме проводит оценку своих социальных результатов
- Развиваются образовательные программы по КСО, но чтобы стратегия была реальностью – нужен контент
- Необходимо развивать систему рейтингов

## Круглый стол: «Разработка и реализация эффективной стратегии НКО в современных условиях»

### Ключевые проблемные точки:

- Невысокий уровень понимания обществом роли НКО в благотворительности (прямая помощь понятнее и эффективнее – без АХР)
- Доля НКО в ВВП минимальна и ждать роста не стоит – это влияет и на политику взаимодействия с государством
- Большинство НКО в текущей ситуации не мыслят терминами стратегии – важно в первую очередь устойчивость, а она понимается узко - через финансирование
- Практика оценки социальных результатов и воздействия также слабо развита в НКО секторе, несмотря на более длительную историю вопроса
- Отрыв «управления» и тех, кто в «полях»

### Ключевые факторы успеха:

- Есть опыт международных НКО по каскадированию показателей на локальный уровень и необходимо его использовать
- Открытое правительство – работающий ресурс для изучения данных
- Важно ориентироваться на ценности клиента (партнера)
- Важно взаимодействие и новая модель партнерства бизнеса, власти, НКО
- Устойчивость для НКО не только финансы. Нужно учитывать
  - отношения с обществом и государством
  - это положение в обществе и форма – университеты, госучреждения – тоже НКО
  - общие ценности, общая повестка
  - солидарность
  - доверие
  - связи

## ОБЩИЕ ВЫВОДЫ – Оценка социальных результатов

- Место оценки в стратегии зависит от ценности
- Важна аллокация соответствующих средств в проекте
- Важна поддержка доноров (их роль в культуре оценки)
- Оценка воздействия / оценка эффективности – важно разделять
- Важна институционализация оценки в организации
- Целеполагание – позиция доноров в отношении НКО
- Дизайн программы – теория измерений, причинно-следственные связи
- Культура оценки
- Публичность отчетов об оценке
- Конференция ФД на тему оценки в 2015 году
- 2015 объявлен ООН годом Оценки
- Подключаются консультанты и предлагают методики оценки социального воздействия, в т.ч. монетизацию