

Руководителю предприятия

Г. \_\_\_\_\_

«19» июля 2007г.

Уважаемый \_\_\_\_\_,

Международная ассоциация лидеров бизнеса «Круглый стол в Ко» (Caux Round Table) и Программа этики бизнеса и корпоративной социальной ответственности Высшей школы менеджмента СПбГУ при поддержке городской программы «Этичный бизнес» приглашает Вас принять участие в проекте апробации модели оценки корпоративной социальной деятельности АРКТУРУС в практике управления российских предприятий.

Модель АРКТУРУС — практический инструмент управления корпоративной социальной деятельности в компании — разработана международной ассоциацией лидеров бизнеса «Круглый стол в Ко» с целью оценки качества применения принципов этичного ведения бизнеса во взаимодействии с системой заинтересованных сторон. В настоящее время модель АРКТУРУС широко используется компаниями США, Европы и Японии. Только в Японии за два последних года модель с успехом применили более 75 компаний, в том числе — Nissan Motors (см.: <http://www.nissan-global.com/EN/COMPANY/CSR/>).

Модель АРКТУРУС скоординирована с основными международными и российскими стандартами в области управления корпоративной социальной деятельностью и корпоративной социальной отчетности, такими как Глобальный договор ООН, AA1000 GRI, Социальная хартия российского бизнеса.

**Данный проект реализуется в три этапа:**

1. Пилотное тестирование 10 Санкт-Петербургских компаний в форме бесплатного консалтингового проекта: июль-август 2007г.;
2. Адаптация модели АРКТУРУС для российского бизнеса: август 2007г.;
3. Учреждение российского представительства (клуба) «Круглый стол в Ко» в Санкт-Петербурге: сентябрь 2007г.

Участие в проекте адаптации модели АРКТУРУС позволит Вашей компании решить целый ряд взаимосвязанных задач:

- Снизить риски, связанные с управлением системой заинтересованных сторон компании;
- Уменьшить «разрывы» в осознании соответствующих рисков различными уровнями менеджмента компании;
- Повысить согласованность между ценностями, провозглашаемыми компанией и ее реальным поведением;
- Усовершенствовать систему коммуникаций с заинтересованными сторонами;
- Развить «отношенческие активы» как важнейшую часть нематериальных активов компании;
- Консолидировать элементы управления корпоративной социальной деятельностью компании в единую систему, направленную на достижение устойчивых конкурентных преимуществ;

- Позиционировать компанию как члена элитного международного клуба, объединяющего лидеров мирового бизнеса, стремящихся к развитию идей морального капитализма.

В ходе пилотного тестирования предполагается интервьюирование высших менеджеров и руководителей функциональных подразделений, ответственных за ведение корпоративной социальной деятельности в компании. Каждое интервью включает 49 вопросов и занимает около 90 минут. Ответы предполагают как оценку в баллах (от «0» — отсутствия соответствующих процессов, практик и организационных рутин, до «8» — наличия детально проработанных и формализованных организационных рутин, эффективной системы коммуникаций с заинтересованными сторонами), так и краткое описание существующих проблем.

Использование материалов, полученных в ходе реализации проекта, будут согласовываться с Участниками дополнительно. Результаты тестирования будут использованы при адаптации модели АРКТУРУС для российского бизнеса и при научных разработках. Организаторы проекта имеют право на публичное использование результатов тестирования Участников проекта в качестве статистической информации, учебных кейсов и т.д. При тестировании, Участники проекта имеют право потребовать не оглашать принадлежность результатов тестирования к названиям своих компаний в публикациях, в этом случае публичное использование результатов тестирования будет анонимным.

#### **Состав рабочей группы проекта:**

1. Благов Юрий Евгеньевич — Директор программы Этика бизнеса и корпоративной социальной ответственности ВШМ СПбГУ, член CAUX ROUND TABLE ([blagov@gsom.spb.ru](mailto:blagov@gsom.spb.ru)) – Руководитель проекта;
2. Виноградова Ольга Владимировна – Директор направления по развитию бизнес –сообществ НП «Бюро Безупречного Бизнеса» ([vimav@ncm.spb.ru](mailto:vimav@ncm.spb.ru)) — Координатор проекта
3. Бойцов Андрей Александрович — Директор Центра ГМП АК «Грузомобиль» ([andreboytsov@mail.ru](mailto:andreboytsov@mail.ru)) — менеджер проекта
4. Яковлев Александр Викторович — эксперт Консалтинговой группы «ВИМА» ([a-sven@mail.ru](mailto:a-sven@mail.ru)) — консультант проекта.

Председатель Комиссии по этике и социальной ответственности предпринимательства Общественного совета по малому предпринимательству при Губернаторе Санкт-Петербурга Ю.А.Игнатъев

## Пример вопросов, связанных с применением этических принципов во взаимодействии компании с потребителями:

### 1-В. ПРИНЦИП: ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА — ОТ АКЦИОНЕРОВ К ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМ СТОРОНАМ

Поставляет ли компания товары и услуги высокого качества и по разумным ценам, соответствующие потребностям потребителей и, в то же время, демонстрирующие уважение к ним и их культуре?

ПРИНЯТЬ ВО ВНИМАНИЕ, В ЧАСТНОСТИ:

- a. *Уважение к человеческому достоинству в практике маркетинговых и рекламных подразделений;*
- b. *Вклад в развитие компании со стороны существующих потребителей, выражающийся в их усилиях по привлечению новых потребителей ваших товаров и услуг.*

Пожалуйста, оцените в баллах.

0	1	2	3	4	5	6	7	8
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Пожалуйста, укажите все проблемы, вызывающие Ваше беспокойство, дайте разъяснения и дополнительные комментарии.

### 2-В. ПРИНЦИП: ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И СОЦИАЛЬНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ БИЗНЕСА

Насколько эффективно предлагаемые компанией товары и услуги вносят вклад в экономическое и социальное благосостояние Ваших потребителей, а также в подъем уровня жизни местного сообщества?

ПРИНЯТЬ ВО ВНИМАНИЕ, В ЧАСТНОСТИ:

- a. *Уважение к культуре и безопасности потребителей;*
- b. *Развитие системы контроля безопасности и качества продукции; использование системы контроля качества или ISO 9001;*
- c. *Доступность информации о продукте. Следование кодексам, содержащим правила взаимодействия с потребителями, безопасности продукта и охраны окружающей среды;*
- d. *Вклад товара/услуги в повышение жизненного уровня потребителей; доступность цен; повышение качества; инновационность продукции;*
- e. *Процессы отзыва продукта и устранения дефектов;*
- f. *Система информирования руководства компании и Совета Директоров о случаях обмана потребителей.*

Пожалуйста, оцените в

0	1	2	3	4	5	6	7	8
---	---	---	---	---	---	---	---	---

баллах.

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Пожалуйста, укажите все проблемы, вызывающие Ваше беспокойство, дайте разъяснения и дополнительные комментарии.

--

**3-В. ПРИНЦИП: ПОВЕДЕНИЕ БИЗНЕСА — ОТ БУКВЫ ЗАКОНА К ДУХУ ДОВЕРИЯ**

Насколько компания заслуживает доверия потребителей?

ПРИНЯТЬ ВО ВНИМАНИЕ, В ЧАСТНОСТИ:

- a. *Ответственность рекламной политики, раскрытие информации о наличии соответствующих этических кодексов и их исполнение;*
- b. *Обеспечение потребителей необходимыми инструкциями, указаниями и гарантиями;*
- c. *Возврат денег и устранение дефектов;*
- d. *Честность в маркировке, рекламе и брэндинге;*
- e. *Честность в торговой практике, ценообразовании; система контроля качества или ISO 9001.*

Пожалуйста, оцените в баллах.

<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>
----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

Пожалуйста, укажите все проблемы, вызывающие Ваше беспокойство, дайте разъяснения и дополнительные комментарии.

--

**CAUX ROUND TABLE:** [WWW.CAUXROUNDTABLE.COM](http://WWW.CAUXROUNDTABLE.COM)

**ВЫСШАЯ ШКОЛА МЕНЕДЖМЕНТА СПбГУ:** [WWW.GSM.PU.RU](http://WWW.GSM.PU.RU)