

Социальная ответственность и вклад в экономику

Как и зачем социально-ответственным
компаниям оценивать свою роль в
развитии страны

Baku CSR Conference, октябрь 2015

«Стоимость» устойчивого развития

5-20% премия

Премия (к цене) за «зеленые» продукты

Источник: Accenture, May 2012, Survey of 250 Senior Executives

+27%
продуктивности

Влияние телекоммуникаций, в дополнение к экономии топлива, снижению выбросов CO₂, экономии на офисах и командировках

Источник: Telework Research Network, 2010

\$ 19 млрд

Потенциальная экономия от видео-конференций к 2020 г. в компаниях США и УК, в дополнение к снижению выбросов CO₂

Источник: Carbon Disclosure Project, 2010

€ 373 млрд
(3% ВВП ЕС)

Годовая стоимость (в ЕС) факторов, вызываемых автомобилями (здоровье, шум, изменение климата, ...)

Источник: University of Dresden, October 2012, using the IMPACT methodology validated by the UE.

5% ВВП Китая

Расходы на медицину и потерю продуктивности в Китае, вызванные загрязнением воздуха

Источник: Matus et. Al, Journal of Global Environmental Change, September 2011

Почему компании стремятся к более широкому выражению своей стоимости?

1 Чтобы улучшить отношения с заинтересованными сторонами

- ▶ Подтвердить так называемую «социальную приемлемость деятельности» в регионе (со стороны властей, клиентов, сообществ)
- ▶ Улучшить коммуникации с инвесторами (выход на IPO, презентации, роуд-шоу, отчетность)
- ▶ Продемонстрировать социальную ценность своего продукта
- ▶ Адаптировать свою политику закупок

2 Чтобы улучшить принятие решений

- ▶ Определять стратегию бизнеса, основываясь в т.ч. на реальной долгосрочной ценности, приносимой заинтересованным сторонам и обществу
- ▶ Иметь возможность оценки дополнительных финансовых критериев для инвестиций и решений о распределении ресурсов
- ▶ Максимизировать пользу для общества для повышения эффективности

В конце концов чтобы лучше разобраться в том, какую ценность приносит их бизнес

Модель стоимости компании и факторы, влияющие на нее



Связь бизнес-деятельности и создания трех составляющих стоимости

Мероприятия по реализации стратегии, и их количественное воздействие на широкое окружение и общество



Оценка полного социально-экономического вклада в развитие страны – первый шаг

- ▶ Анализ социально-экономического вклада в развитие страны – первый шаг к оценке «общей ценности» компании
- ▶ Позволяет глубже понять свою роль для страны
- ▶ Результаты можно использовать для анализа различных сценариев изменений:
 - ▶ вклад в зависимости от цены на продукт/услугу (тариф);
 - ▶ вклад от экспорта;
 - ▶ вклад в зависимости от доли местной составляющей;
 - ▶ вклад в зависимости от изменения налоговой политики;
 - ▶ вклад от отдельного актива, проекта, программы модернизации (например, строительство завода).



Полный социально-экономический вклад состоит из трех эффектов...



Вклад компании с точки зрения:

- ▶ **занятости**
- ▶ **добавленной стоимости**
- ▶ **налогов**
- ▶ **доходов населения и пр.**
*

созданных непосредственно компанией.

Вклад компании с точки зрения:

- ▶ **занятости**
- ▶ **добавленной стоимости**
- ▶ **налогов**
- ▶ **доходов населения и пр.**
*

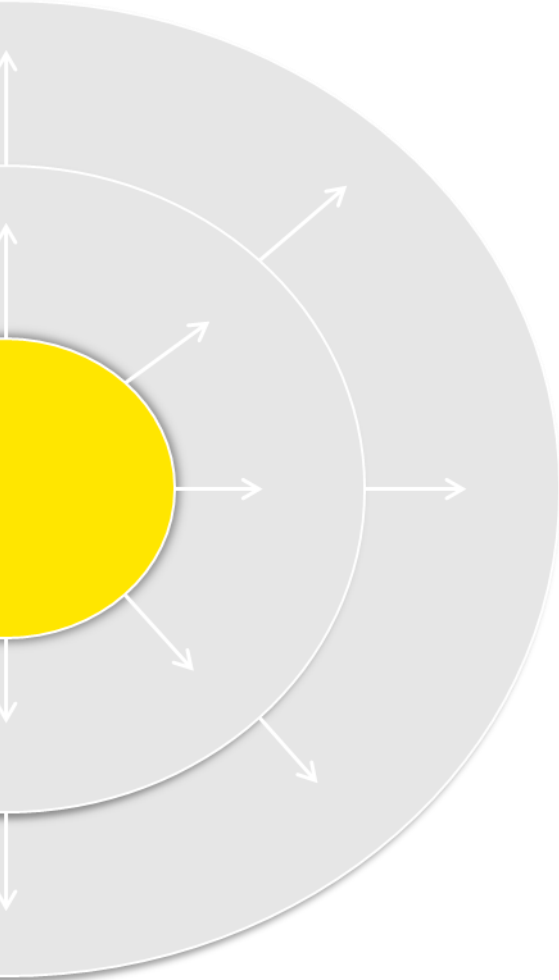
созданных благодаря закупкам сырья и продуктов внутри страны

Вклад компании с точки зрения:

- ▶ **занятости**
- ▶ **добавленной стоимости**
- ▶ **налогов**
- ▶ **доходов населения и пр.**
*

созданных благодаря потребительским расходам «прямых» и «непрямых» работников.

... ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СМЫСЛ КОТОРЫХ МОЖНО ПРОИЛЛЮСТРИРОВАТЬ СЛЕДУЮЩИМ ОБРАЗОМ:



Прямой вклад

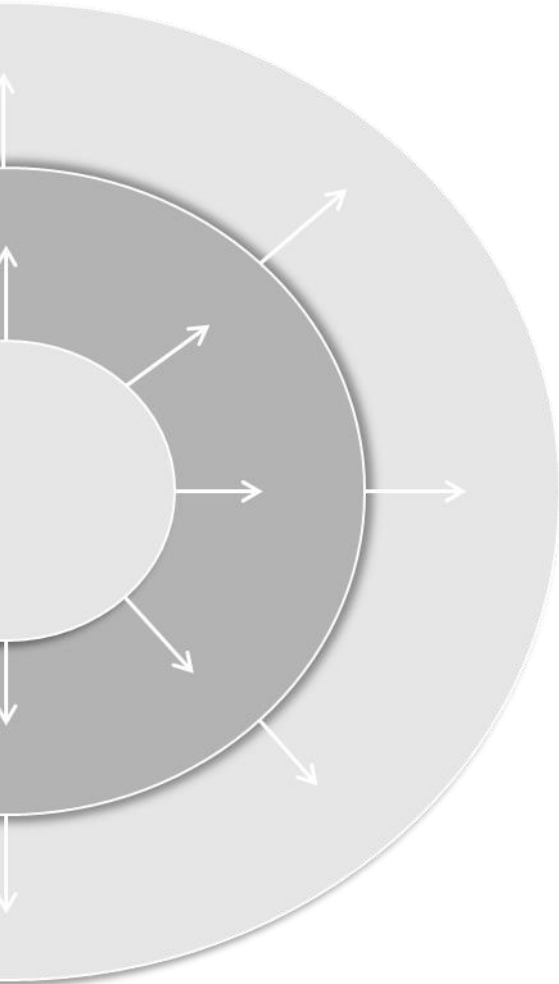
100 манат созданной компанией продукции

состоят из (условно):

- ▶ **закупленных товаров и услуг (например, 40 манат)**
- ▶ **заработной платы работников (20 манат)**
- ▶ **налогов (20 манат)**
- ▶ **и прибыли (20 манат)**

Это прямой вклад компании

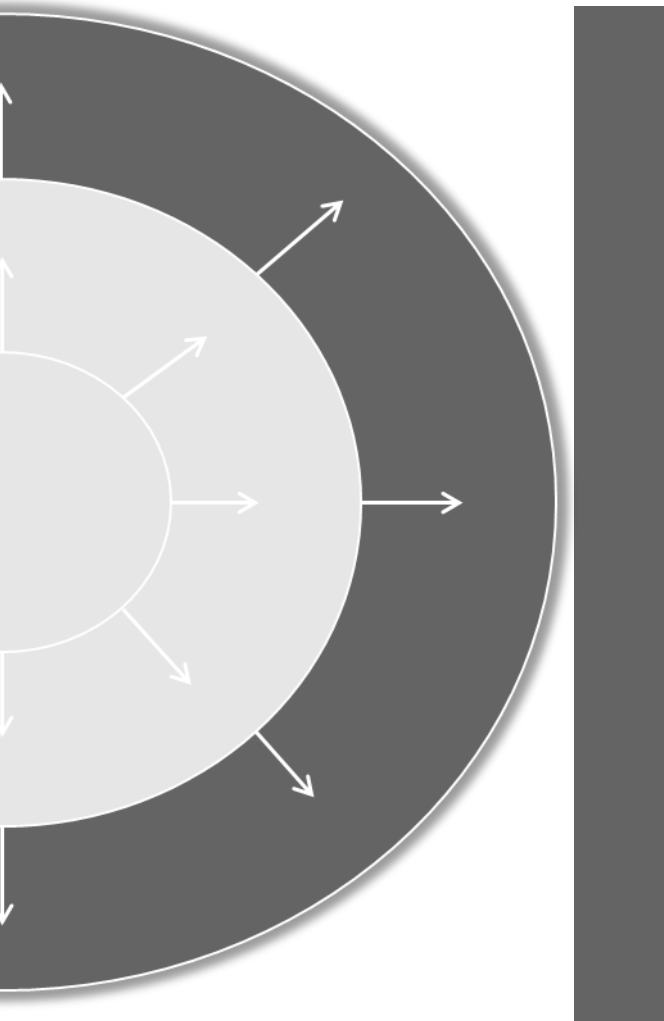
Лавинообразная волна, которая расходится по всей экономике...



Непрямой и опосредованный

- ▶ **40 манат**, потраченных на закупку товаров и услуг, создают выручку для других отраслей;
- ▶ **20 манат заработной платы** расходуются работниками компании, и создают выручку для фирм, которые предлагают товары и услуги населению
- ▶ **20 манат налогов** через государственный бюджет перераспределяются в виде зарплат бюджетникам или государственных закупок, и таким образом, вновь возвращаются в экономику и генерируют доход для других компаний;
- ▶ **20 манат прибыли**, в случае их реинвестирования, также могут генерировать не прямой вклад в экономику.

... и постепенно затухает



- ▶ На каждом следующем этапе волна затухает и эффект уменьшается в геометрической прогрессии, поскольку:
 - ▶ закупки товаров и услуг носят отчасти импортный характер,
 - ▶ население часть дохода экономит,
 - ▶ часть налоговых поступлений направляется на финансирование импорта и государственного долга,
 - ▶ не весь доход реинвестируется в производство
 - ▶ и тому подобное

Какие основные преимущества это может дать компании?

1

Стратегия КСО

Формирование «общей ценности» – часть КСО стратегии во многих компаниях

4

Конкретные цифры

Возможность говорить о своей позитивной роли в развитии страны не просто «на пальцах», а опираясь на конкретные цифры

2

Программа орг. изменений

Оптимизация политики закупок: направляем средства туда, куда выгоднее, но в то же время туда, где больше пользы принесем стране

5

Поддержка отрасли

Вести переговоры с Правительством о поддержке развития отрасли, опираясь на ее важность для экономики с точки зрения вклада в ВВП, в занятость населения и т.д.

3

Местное содержание

Стимулирование экономики через свои закупки

6

Привлечение средств

Демонстрация «общей ценности» – дополнительный аргумент для будущих инвесторов в пользу компании

Позиционирование перед заинтересованными сторонами
в качестве социально-ответственной компании

Спасибо за внимание!



Виктор Коваленко

Руководитель отдела услуг в области устойчивого развития в Казахстане, Украине и Беларуси

+7 777 308 1099

Victor.Kovalenko@kz.ey.com