В днешния динамичен свят е изключително важно да сме конкурентоспособни и компаниите да са готови да правят сериозни инвестиции в най-различни посоки. Но къде точно да вложим парите си и как да ги разпределим? Със сигурност първото, което трябва да направим, е да създадем стойност за потребителите и да удовлетворим нарастващите им нужди. А потребителите наистина знаят какво да изискват, не ги подценявайте!

Етиката е новата конкурентна среда!

Социалната ангажираност на една компания е основно нейно предимство на пазар, изпълнен с висококачествена продукция, разумни цени и перфектно обслужване. Все по-често потребителите отчитат доколко продуктите или услугите на дадена компания отговарят на стандартите за качество, екологичност и отговорно поведение към обществото. Нещо повече – те дори „санкционират" компаниите, които не покриват тези критерии, като избират и подкрепят техните социално отговорни конкуренти.

Да инвестираме в корпоративна социална отговорност (КСО) не означава да отделим огромна сума от своя рекламен бюджет и да я вложим в случайно избран социален проект, с цел привличане общественото внимание, а да внедрим устойчив бизнес модел, следващ дългосрочната политика за развитие на компанията ни. Световните проучвания показват, че ако имаме изградена цялостна КСО стратегия, това се отразява положително, както на фирмената ни ефективност, така и на репутацията ни.

Корпоративната социална отговорност е как правиш пари, а не какво правиш с тях след като ги спечелиш

Важни са нашите действия и резултатите от тях, нашето въздействие и имиджа, който си създаваме, доверието, което изграждаме у хората. КСО е дългосрочна инвестиция, а не еднократен акт. Тя изисква сериозно отношение и постоянна активност. Корпоративната социална отговорност е въпрос на принципи, на стил и отношение, и чак след това въпрос на вложения. Важно е да се отбележи, че инвестираните средства имат дългосрочна възвръщаемост, осигуряваща стабилност и предотвратяваща много кризисни ситуации.

Широко разпространено е схващането, че в кризисни периоди всички ресурси и усилия трябва да са насочени към временното оцеляването на компанията

Но без устойчива дългосрочна стратегия моментните мерки, които предприемаме, не доставят желаните ползи и ефективност. Кризисната ситуация е най-подходящият момент да се откажем от старите, очевидно, неработещи бизнес модели и практики, да помислим в перспектива и да инвестираме в това, което ни е най-ценно и ще ни осигури стабилност. Това включва въвеждането на нови методологии, инвестиране в човешки капитал и подобряване условията на труд, ангажиране със социални каузи.

Установено е, че инвестицията в човешкия капитал е с най-голяма възвръщаемост

Всяка компания се стреми към изграждане на стабилна връзка със служителите си и развитието им като лоялни и отдадени на работата си професионалисти. За да разполагаме с такъв ресурс трябва да положим необходимата грижа за нашия екип като осигуряване на допълнителна квалификация, подпомагане развитието на кариерата, освен това и обучение и работа в насока личностното усъвършенстване на служителите ни. Това е важна инвестиция, която осигурява по-висока производителност и по-добра комуникация, както и повишава ентусиазма и мотивацията в екипа.

Раждането на корпоративната социална отговорност като концепция показва, че бизнесът има сърце

Тя показва, че той е готов да работи за благоденствието не само на своите служители като част от обществото, а на обществото в неговата цялост. Бизнесът осъзнава, че колкото по-развита и богата е средата, в която оперира, толкова повече ще печели. Именно затова се грижи за нейното развитие и обогатяване, за формирането на гражданска инициативност, самосъзнание и европейски ценности. Бизнесът подкрепя множеството каузи и проекти, целящи да подкрепят талантливите и предприемчиви хора, да подпомага рисковите групи, както и да спомагат разрешаването на наболели обществени проблеми. Компаниите са тази част от обществото, която използва неговите ресурси и ги трансформира за собственото си, а следователно и за общественото благо.

Отношението ни към природата показва отношението ни към самите нас

Това е един от най-добрите показатели доколко умеем да спестяваме, рационализираме и оптимизираме това, с което разполагаме. Усвояването на природните ресурси по начин, органичаващ до минимум щетите за околната среда и обществото, допринася за стабилността по отношение качеството на производителността и предимството пред конкурентите. Устойчивото развитие е бъдещето на икономиката. Без прилагането на неговите принципи никоя компания не би могла да заеме достойно място сред лидерите на пазара.

По темата се е говорило, говори се и ще се говори много. Но трябва и да се предприемат действия насочени не по посока „пестене" на средства, а по посока на „инвестиране". Корпоративната социална отговорност не е благотворителност, а инвестиция в настоящето и бъдещето. КСО е серия от дейности и инциативи, а не еднократна активност. Тя е дългосрочна политика, която компаниите внедряват в своите бизнес стратегии. Тя показва отношението ни към света и разбирането ни за дългосрочна

ангажираност към устойчивото развитие на бизнеса и на обществото.

Автор: Десислава Тодорова, CSR Bulgaria

Можете да прочетете статията и в новия брой на списание "твоят Бизнес" и на техния интернет сайт http://www.tbmagazine.net/