А. В. Ширяева
Санкт-Петербургский государственный университет

ПРОГРАММЫ СОЦИАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ КАК НОВЫЙ ВИД СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ

Социальные инвестиции можно назвать одним из наиболее масштабных и стратегически ориентированных направлений КСО. В отличие от таких классических форм КСО как благотворительность, которая характеризуется эмоциональностью принятия решений, краткосрочностью и низким учетом интересов бизнеса и целевых групп, социальные инвестиции рациональны и направлены на содействие общим бизнес-целям компании, получение определенного социального и экономического эффекта в стратегическом отношении. Они разрабатываются с учетом интересов всех стейкхолдеров и интегрируются в бизнес как часть системы, становятся платформой, на которой формируются имидж и репутация организации. Кроме того, социальные инвестиции обычно предполагают использование большого количества ресурсов, долгосрочно ориентированы и нацелены на решение проблемы.

Подобный стратегический подход к социальной ответственности получает всю большую популярность как в зарубежных, так и в российских компаниях. Крупные корпорации внедряют комплексные программы социальных инвестиций, ключевой особенностью которых, помимо стратегической ориентированности, является вовлечение благополучателей в процесс разработки и реализации социальных проектов, а также стимулирование социального активизма местных сообществ, предоставление им возможности самостоятельного преобразования городской среды.

Такой подход к социальной ответственности позволяет компании направить усилия на решение проблем, которые действительно волнуют стейкхолдеров, и, в результате, существенно повысить доверие к своей деятельности, сформировать положительный имидж в глазах общественности, увеличить лояльность и инициативность местных сообществ и других вовлеченных в программу стейкхолдеров, получить льготы в процессе взаимодействия с властями, а также привлечь внимание СМИ и обеспечить компании дополнительный паблицитный капитал.