



PEOPLEINVESTOR

КОМПАНИИ, ИНВЕСТИРУЮЩИЕ В ЛЮДЕЙ



PEOPLE INVESTOR 2009: индикаторы развития российского бизнеса



**Высшая
школа менеджмента**

Санкт-Петербургского
государственного университета

Юрий Благов
**Директор центра корпоративной
социальной ответственности**
ПрайсвотерхаусКуперс

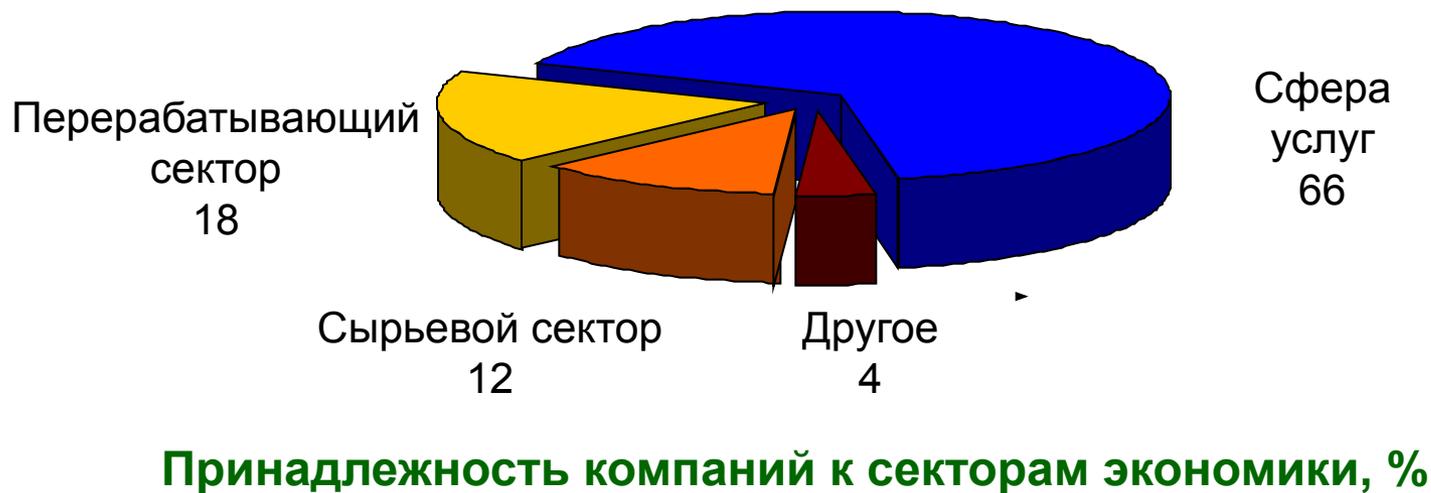
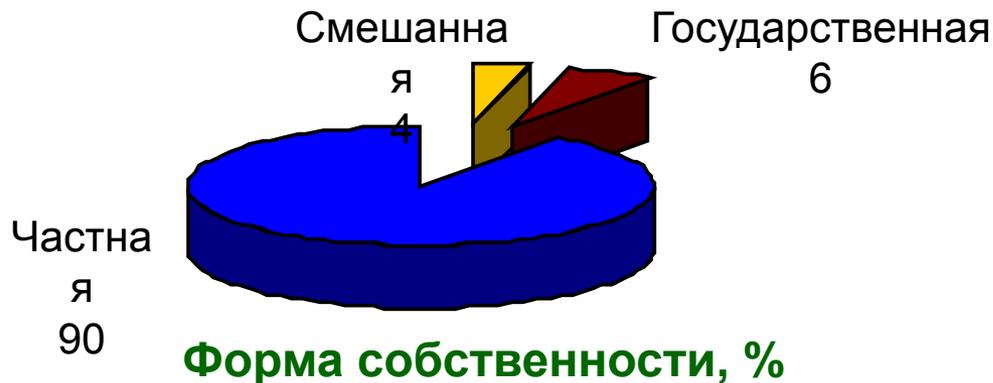
Форум People Investor 2009
27 ноября

PEOPLE INVESTOR 2009: общая характеристика исследования

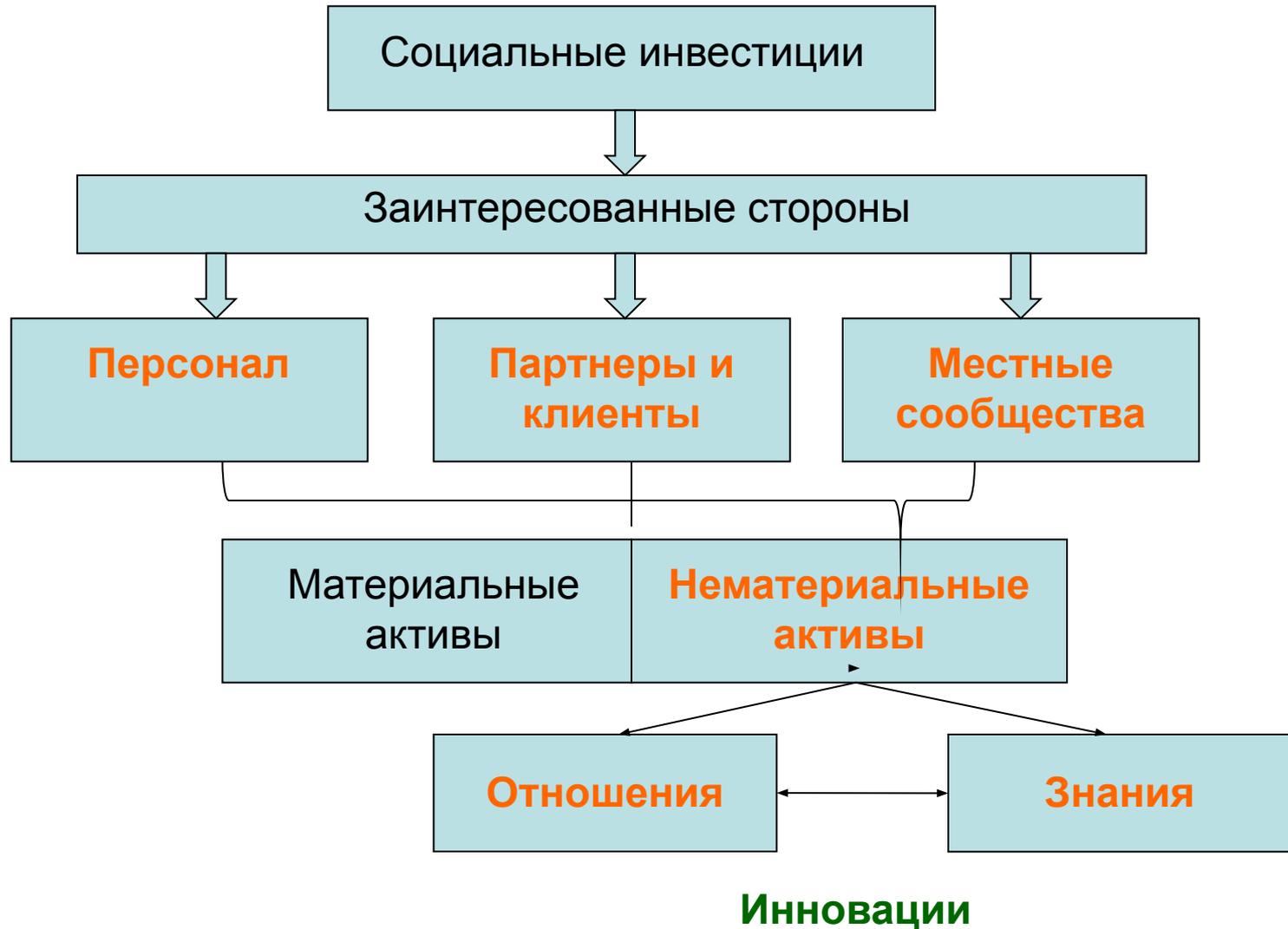
- **Основная цель** — описать особенности корпоративных социальных инвестиций в человеческие ресурсы компаний, отношения с деловыми партнерами/клиентами и развитие местных сообществ в России в период мирового экономического кризиса.
- **Предмет исследования** — корпоративные проекты по управлению человеческими ресурсами компании, выстраиванию отношений с деловыми партнерами/клиентами и развитию местных сообществ в России.
- **Объект исследования** — компании крупного и среднего бизнеса, ведущие свою деятельность на территории России.

Описание выборки исследования

ВСЕГО: 50 компаний, из них 84% - компании крупного бизнеса с годовым оборотом в 2008 г. свыше 1 млрд.руб.



Структура предмета исследования



Инвестиции «в людей»: общая характеристика

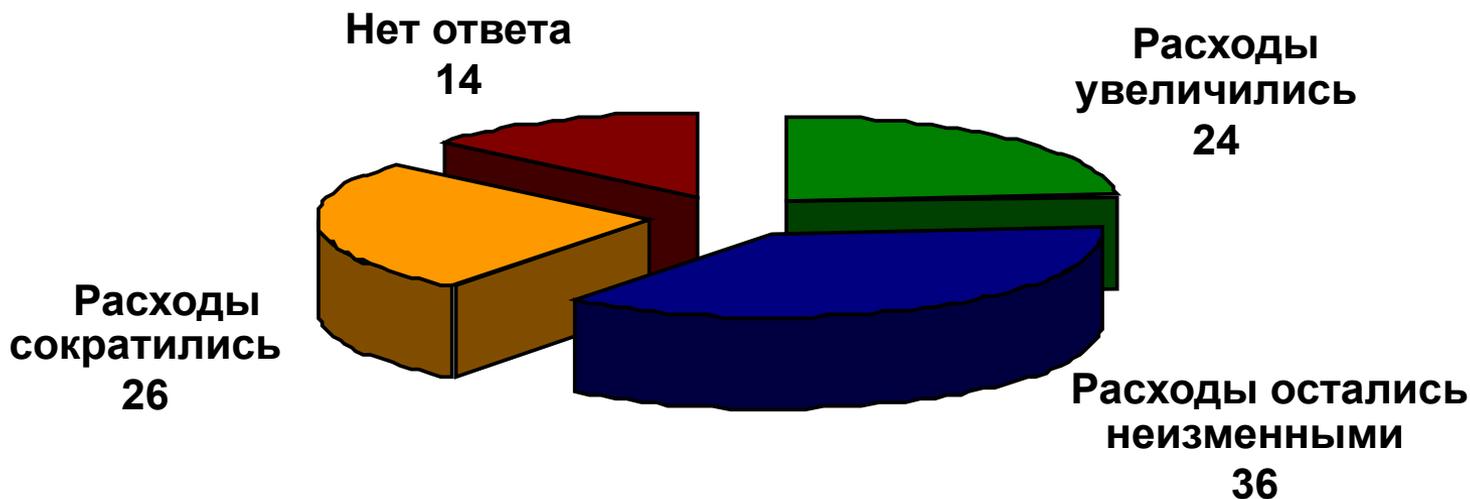
	Персонал	Деловые партнеры и клиенты	Местные сообщества
Объем расходов на данное направление в % от валовой выручки опрошенных компаний (среднее значение)	16,6%	11,1%	3,2%
Наличие четко сформулированных целей социальных инвестиций в данное направление, % от опрошенных компаний	92%	82%	72%
Из них - целей, непосредственно связанных с отношениями и знаниями, % от опрошенных компаний	82%	85%	20%

Управление человеческими ресурсами

Программы, направленные на привлечение и удержание персонала

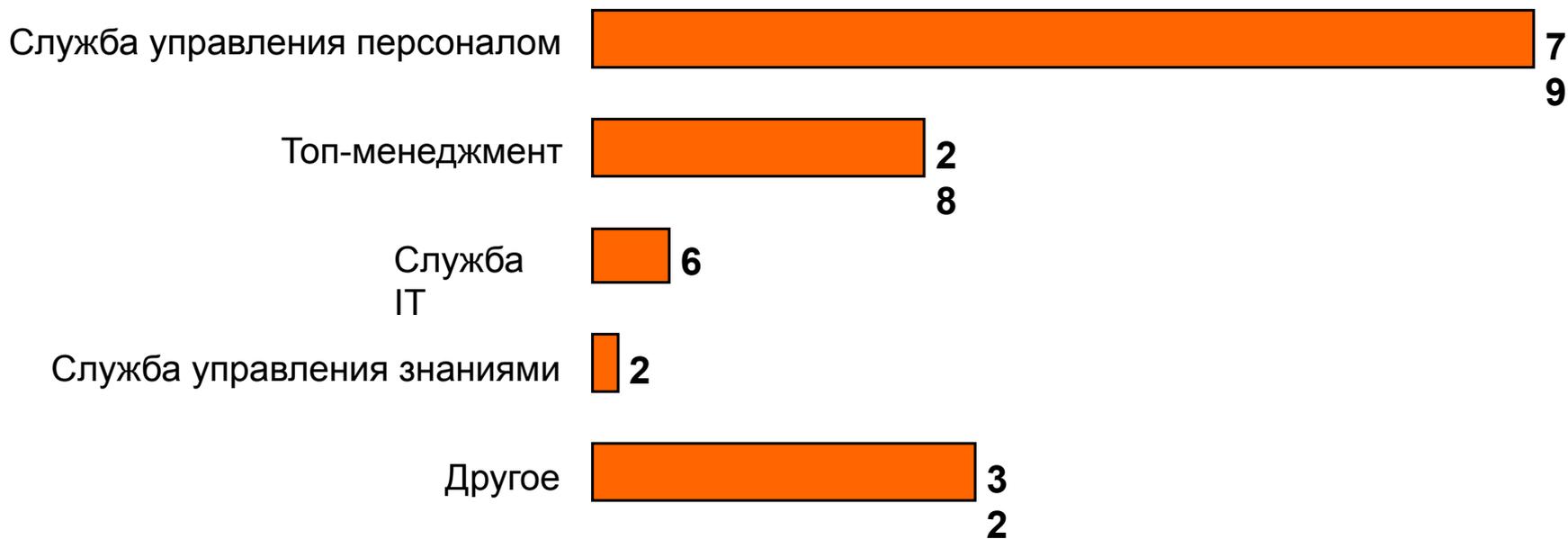
Связанные с повышением уровня материального благосостояния	37%
Не связанные с повышением уровня материального благосостояния	63%

Изменение общих расходов на персонал во втором полугодии 2008 года, %



Управление человеческими ресурсами

Подразделения в организации, которые отвечают за задачи управления знаниями, %



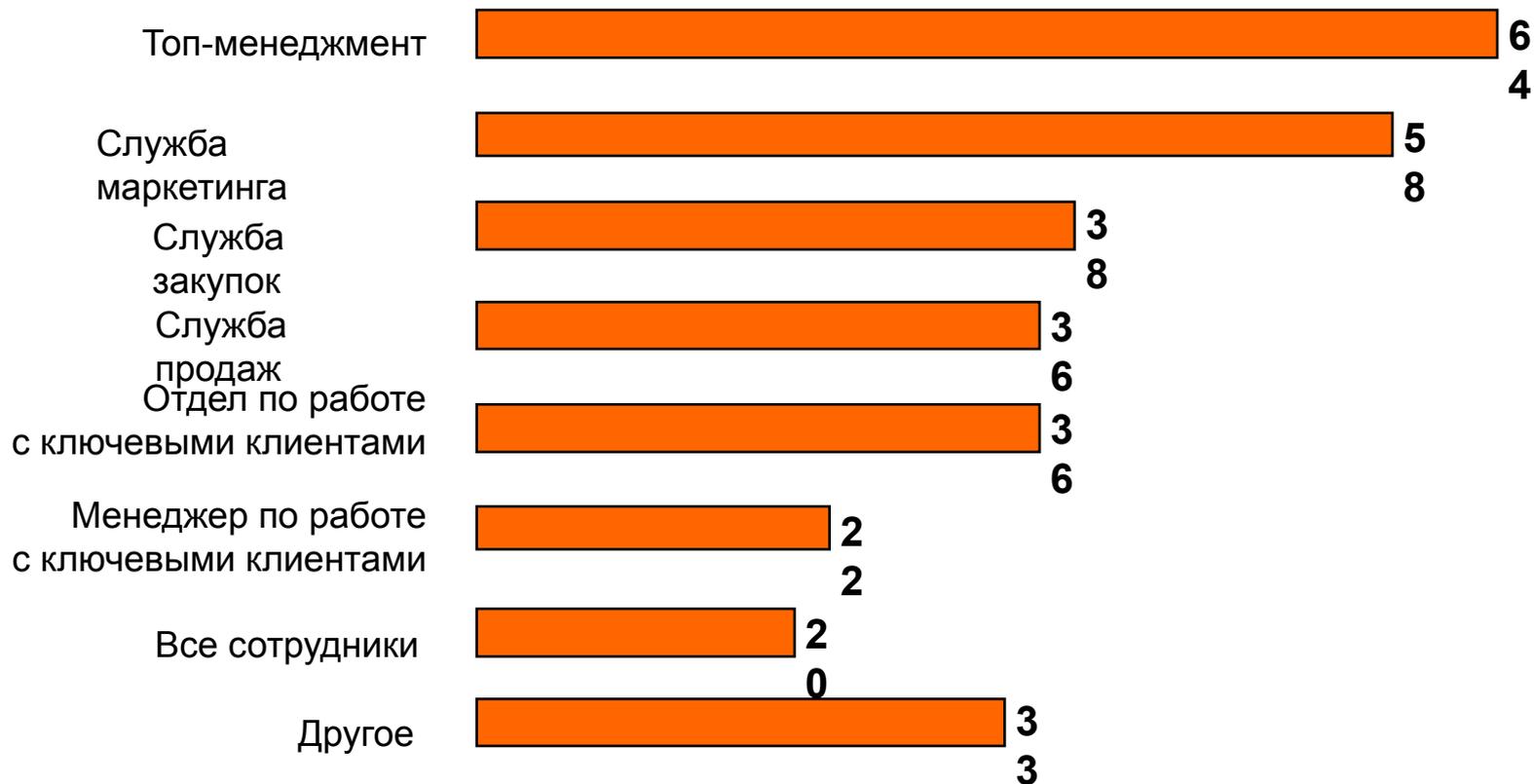
Управление человеческими ресурсами

Виды мероприятий, направленных на развитие человеческих ресурсов компании и оптимизацию использования имеющегося потенциала (знаний), %



Отношения с деловыми партнерами и клиентами

Исполнитель, ответственный за взаимодействие с партнерами компании, %



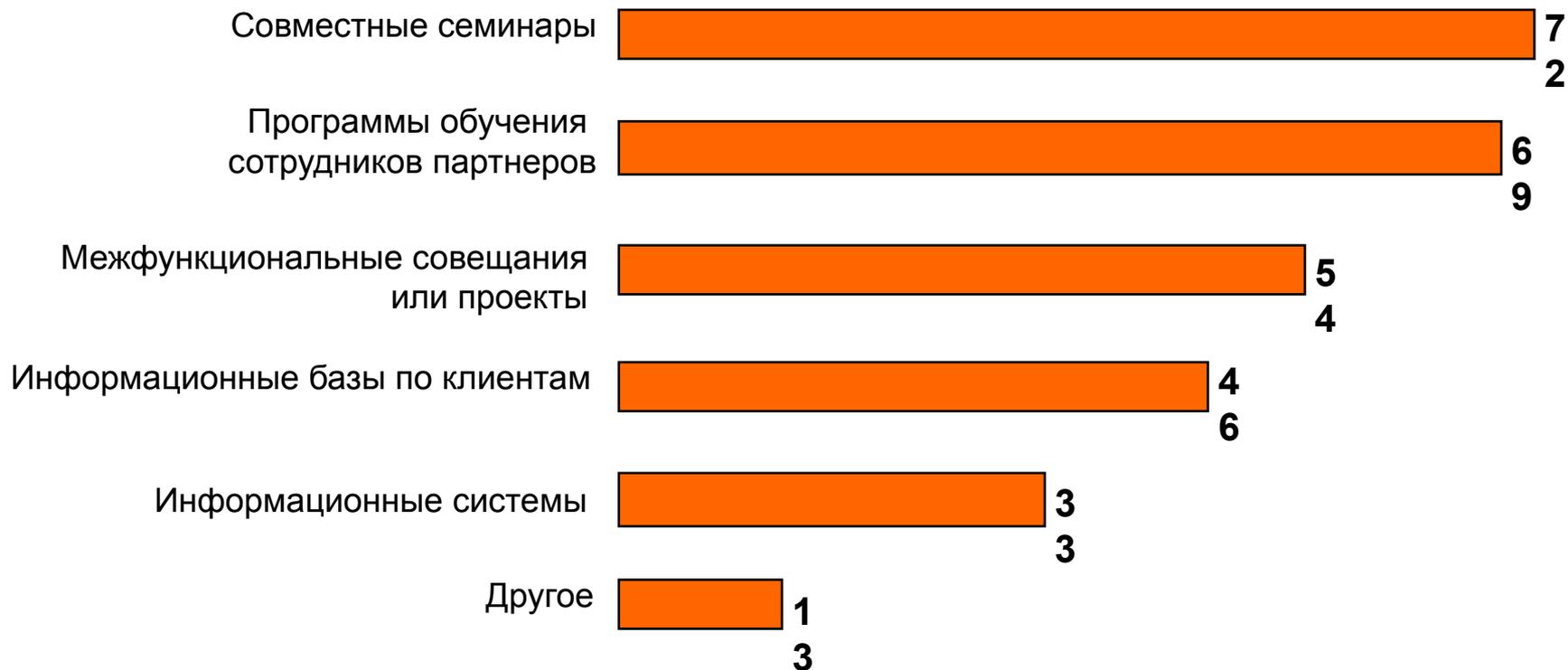
Отношения с деловыми партнерами и клиентами

Основные направления совместных проектов с партнерами и клиентами, %



Отношения с деловыми партнерами и клиентами

Виды мероприятий, которые компании проводят для обмена знаниями с партнерами, %



Отношения с деловыми партнерами и клиентами

Области, в которых, начиная с 2008 года, были внедрены инновации в управлении отношениями с партнерами/клиентами компании, %



Развитие местных сообществ

Критерии выбора направлений корпоративных социальных инвестиций в местное сообщество, %



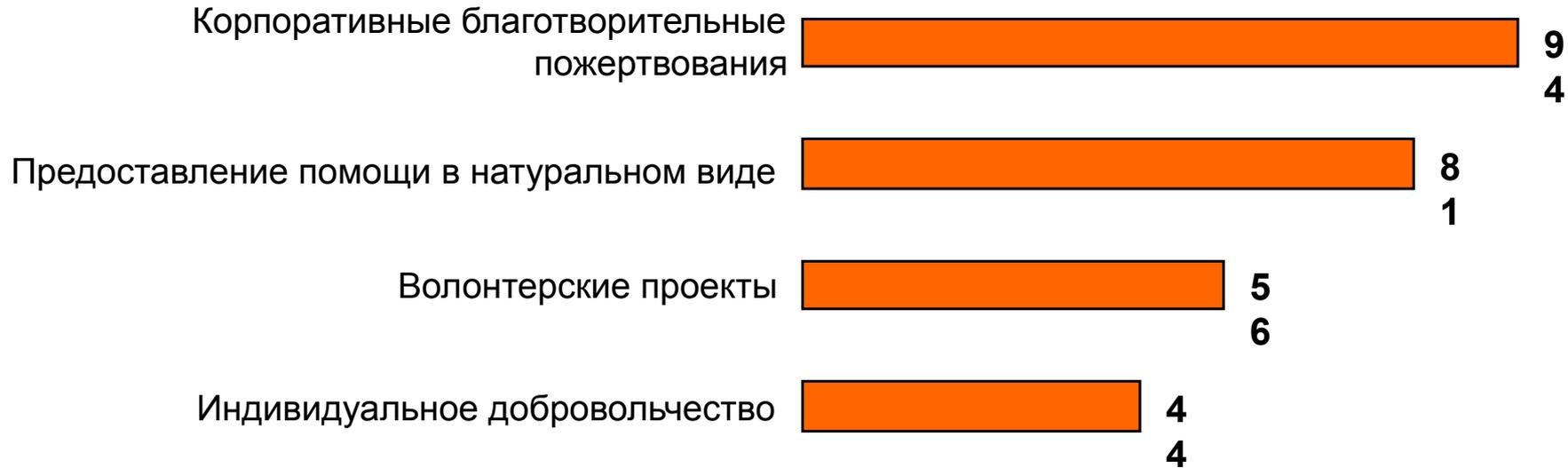
Развитие местных сообществ

Основные направления развития и поддержки местных сообществ, осуществляемые организациями, %



Развитие местных сообществ

Основные формы деятельности организации, связанные с поддержанием и развитием местных сообществ, %



Обобщения и выводы

Внедрение инноваций, начиная с 2008 года
(% от опрошенных компаний)

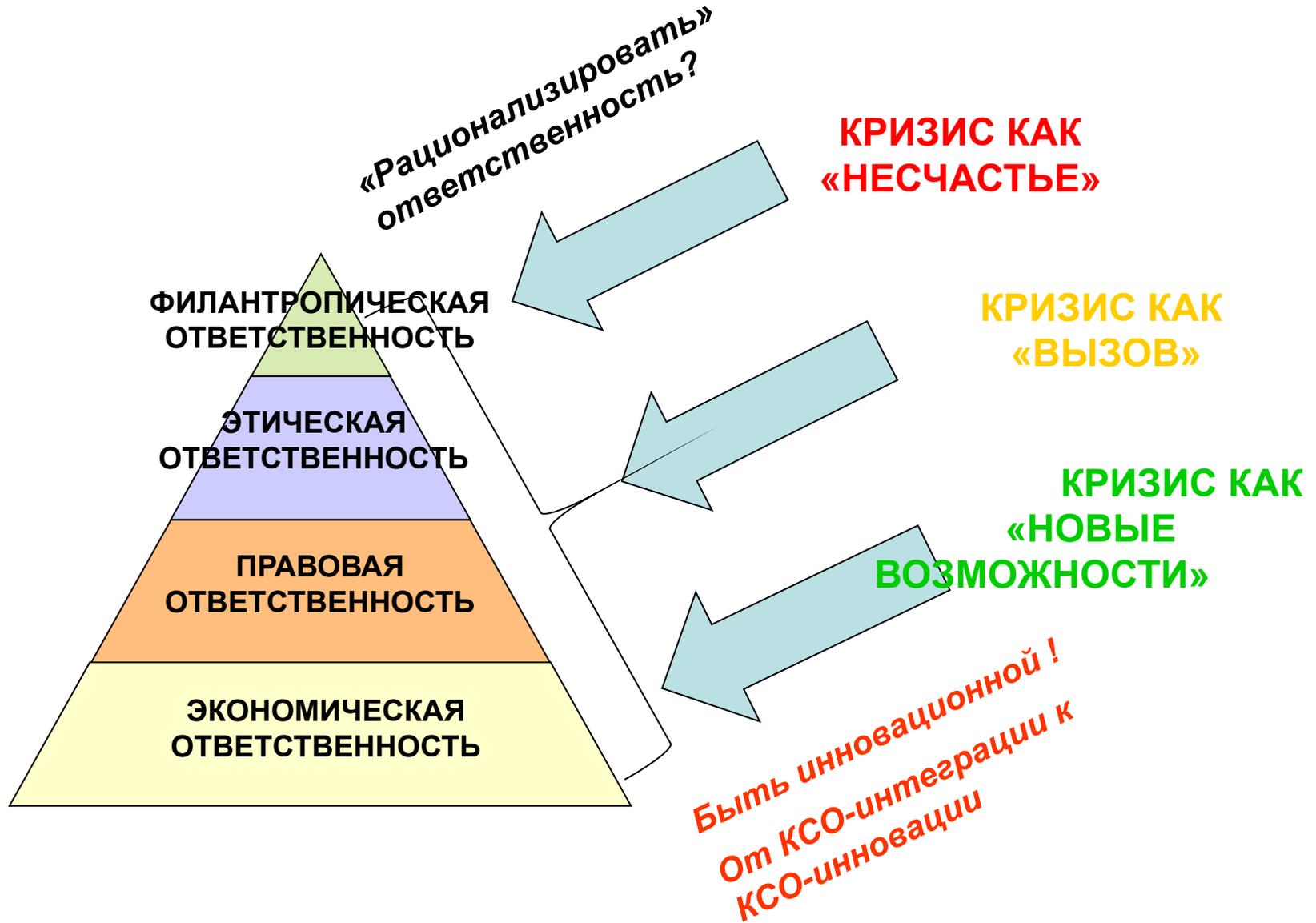
	Управление человеческими ресурсами	Отношения с деловыми партнерами и клиентами	Развитие местных сообществ
Инновации внедрялись	81	79	58
Инновации не внедрялись	15	12	28
Затруднились ответить	4	9	13

Обобщения и выводы



Адаптировано: Halme & Laurila

Обобщения и выводы



Обобщения и выводы

1. Несмотря на переживаемый экономический кризис, ведущие российские компании продолжают рассматривать корпоративную социальную деятельность как направленную на устойчивое развитие и корпораций и общества. Инвестиции «в людей» осуществляются, преимущественно, с учетом этих ориентиров.
2. Портфели социальных инвестиций «в людей» — *персонал, партнеров и клиентов, а также местные сообщества*, — концентрируются, в основном, на развитии *отношений и знаний* как важнейших нематериальных активов.
3. Развитие социальных инвестиций «в людей» в целом соответствует общемировой тенденции усложнения типов корпоративной социальной деятельности от *КСО-филантропии* к *КСО-интеграции* и *КСО-инновации*.

Обобщения и выводы

4. Инвестиции в *персонал* преимущественно соответствуют *КСО-интеграции* и *КСО-инновации*, направлены в равной степени на развитие знаний и отношений, причем развитие отношений выступает важнейшим фактором формирования организационного знания.
5. Инвестиции в *партнеров и клиентов* в основном соответствуют *КСО-интеграции*, и направлены преимущественно на развитие долгосрочных взаимовыгодных отношений, связанных с реализацией уже существующих основных бизнес-процессов.
6. Инвестиции в *местные сообщества* преимущественно соответствуют *КСО-филантропии* и наименее сфокусированы на развитие знаний и отношений. Попытки увязать инновации с инвестициями в местное сообщество носят единичный характер.