

# Глоссарий ЭСИСП

## **Благотворительность**

Негосударственная форма обобществления и перераспределения ресурсов, проявление человеколюбия (филантропии), «добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки» (Закон РФ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» 1995 г.). Непрофильная для бизнеса деятельность, преимущественно в социально-культурной сфере (образования, здравоохранения, культуры, искусств, религии, социальной помощи и защиты).

## **Бренд**

Репутационно-имиджевая составляющая рыночной стоимости товарной марки, бизнеса в целом.

## **Гражданское общество**

Система самостоятельных и независимых от государства общественных институтов и отношений, которые обеспечивают условия для реализации частных интересов и потребностей индивидов и коллективов, для жизнедеятельности социальной, культурной и духовной сфер их воспроизводства и передачи от поколения к поколению. Общественные движения, политические партии, союзы и объединения являются самой заметной и наиболее активной частью гражданского общества, и именно с ней, по большей части, ассоциируют уровень развития институтов гражданского общества в той или иной стране. Во многих источниках ее еще называют третьим сектором, в отличие от первого сектора — государственного сектора, и второго — сектора коммерческого. Одной из

важных задач гражданского общества является ведение здорового диалога с государством для решения социальных проблем, улучшения и стабилизации общественных отношений, экономического и культурного процветания страны.

## **Корпоративный имидж**

(от англ. «image» — изображение, символ)  
Устойчивый образ компании и ее деятельности у различных групп общественности, наделяющий объект дополнительными ценностями. Благоприятный имидж содействует лояльности потребителей, приверженности данному бренду.

## **Корпоративное гражданство**

Наиболее зрелая форма КСО, форма социально ответственного поведения бизнеса, направленного не только на смягчение социальных диспропорций и наращивание человеческого, социального и культурного капитала как внутри, так и вне корпорации, но и на формирование и развитие гражданского общества, закрепляя эту деятельность в организационных документах, системе управления компаний.

## **Корпоративная культура**

Совокупность норм и ценностей, разделяемых работниками компании, проявляющихся в организации бизнес-процессов, коммуникации, деловом и неформальном общении.

## **Корпоративная социальная ответственность (КСО)**

Действия компании, добровольно берущей на себя дополнительные обязательства социального характера по решению социальных проблем, соответствующие этическим, юридическим и прочим публично выраженным ожиданиям общества или превосходящие эти ожидания.

## **Корпоративная репутация**

Общественное мнение о компании и ее деятельности, ее достоинствах и недостатках, влияющее на позиционирование компании как в рыночной среде, так и в обществе в целом.

## **Корпоративные фонды**

Организации, создающиеся компаниями для ведения систематической благотворительной деятельности. Фонды создаются на средства одной компании (значительно реже — нескольких дружественных) и фактически являются управляющими структурами для социальных благотворительных программ компании, а политика фонда жестко связана с политикой, брендом и приоритетами компании.

## **Маркетинг событий**

Конструирование социально-значимых событий с целью связать с ним торговую марку самостоятельно или при помощи взаимовыгодного сотрудничества с НКО.

## **Нематериальные активы**

Активы, не имеющие физической, осязаемой формы: управленческие, организационные, технические ресурсы, репутация в деловом и финансовом мире, капитализированные права, привилегии, конкурентные преимущества, контроль над сбытовой сетью, защита, обеспечиваемая страховкой, патенты и торговые марки, фирменные знаки, «ноу-хау», другие виды интеллектуальной собственности, право на пользование.

## **Паблицити**

(англ. publicity)

Достижение организацией (или личностью) известности и узнаваемости, прежде всего с помощью масс-медиа.

# Глоссарий ЭСИСП

продолжение

## **Паблик рилейшнз**

(англ. public relations, PR)

Процесс организации двусторонних коммуникаций между организацией и общественностью с целью достижения взаимопонимания и взаимодействия, создания благоприятных условий для развития организации.

## **Социальные инвестиции**

Вложения финансовых и других ресурсов в решение социальных проблем как внутри компании, так и во внешней социальной среде, способствующие улучшению ситуации в социальной сфере и одновременно — росту капитализации бизнеса. Чаще всего — инвестиции, направленные на борьбу с бедностью и помощь малообеспеченным, вложения в развитие человеческого капитала самого бизнеса.

## **Социальный аудит**

Оценка стейкхолдерами результатов социальной политики компании, ее социальных программ и проектов, выраженная в результатах обсуждения социальных(нефинансовых) отчетов в соответствии с международными стандартами КСО.

## **Социальный маркетинг**

Разработка, реализация и контроль за реализацией социальных программ и проектов, направленных на решение социальных проблем.

## **Социальное партнерство**

Проявление социальной ответственности в форме сотрудничества орга-

нов власти, бизнеса и организованной общественности по решению конкретных социальных проблем, способствующее консолидации общества, гармонизации интересов участников социально-экономического, политического и культурного развития.

## **Социальная отчетность**

Формализованная процедура предоставления информации о социальной деятельности компании, предполагающая использование сопоставимых индикаторов и верификацию показателей внешним социальным аудитом. Существует более 25 стандартов социальной отчетности. Наиболее распространенные из существующих моделей формализованных социальных отчетов — Global Reporting Initiative (GRI) и Account Ability (AA1000). В первую очередь, социальную отчетность используют компании, размещающие ценные бумаги (IPO) на международных биржах.

## **Спонсорство**

Взаимовыгодное сотрудничество, построенное на реализации совместных проектов, чаще всего — поддержка социально-культурной деятельности на возмездной основе; спонсируемая сторона оказывает услуги рекламного и PR-характера.

## **Спонсор**

«Лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предоставление средств для организации и (или)

проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и (или) трансляции теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности» (Закон РФ от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», статья 3).

## **Стейкхолдеры**

Группы людей, юридические и физические лица, оказывающие существенное влияние на принимаемые фирмой решения или также оказывающиеся под воздействием этих решений.

## **Местное сообщество**

Совокупность организованной и неорганизованной общественности, объединяемых местом проживания, имеющей муниципальную собственность, местный бюджет, выборный представительный орган МСУ и т. д.

## **Эффективность социальных инвестиций**

Степень решения реальных социальных проблем на основе использования оптимальных затрат финансовых и прочих ресурсов, в максимальной степени реализующая ожидания персонала, общества и самого бизнеса.