

КАЗУС

**ПО ВАВВ651 СЕМИНАР: ДЕБАТЪТ "АКЦИОНЕРИ И
ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ"**

Изготвил:

Проверил:

София, 2016

A1: анализирайте евентуалното въздействие на отчитане на мненията на тези различни заинтересовани страни, когато мениджърът взема решения.

Когато мениджърът взема решение, той трябва да отчита доброто корпоративно управление, отговорността на продукт, условия за заетост, правата на работниците, обучение и образование. Също така той трябва да се стреми да спазва спазва съответното законодателство, както и отговорността на дружеството като данъкоплатец. И може би най-важния аспект, който засяга и конкретната ситуация е отношенията на компанията с хората и околната среда в общността, в която тя работи. Така, че всички тези гледни точки на взетите решения се свързват с КСО, разбираана като отношението на бизнеса към общността и благотворителността. В тази връзка КСО може да се определи като опериране на бизнеса по начин, който да отговаря или надвишава етичните, правни, търговски и обществени очаквания, които обществото има спрямо бизнеса. КСО се разглежда фирмата като предимно отделни практики или жестове, или инициативи, мотивирани от маркетинга, връзките с обществеността или другите ползи за бизнеса. Но това трябва да бъде набор от политики, практики или програми интегрирани в бизнес операциите и процеса на вземане на решения.

A2: Защитете ясно решението си

- Направете преценката си:
- От страна на заинтересованите лица – служителите на компанията
- От страна на Акционерите, които са получили увеличаване на печалбата за 1 година от над 19% на гърба на решението да се снабдяват по-евтини доставки.
- Оценете качествена и количествена информация, за да предложите решение на въпроса за това дали е важно да се отчете мнението на всички заинтересовани страни. Например, помислете за последиците от това да се имат предвид мненията на заинтересованите страни в сравнение с това да не бъдат обмисляни.

Много граждани и екологични организации определят корпоративната отговорност към околната среда като задължение за покриване на екологичните последици от операциите на компанията, продуктите и съоръжения; премахване на отпадъците и емисиите; максимизиране на ефективността и производителността на ресурсите; и минимизиране на практики, които могат да се отразят неблагоприятно на ползването на ресурсите от бъдещите поколения.

Партньори в бизнеса и потребителите искат да знаят какво има „вътре в компанията”. Те искат да правят бизнес с фирми, на които те могат да се доверят и да повярват. Тази прозрачност на бизнес практики, означава, че в Out & About вече не е лукс, а необходимост. Въпреки това, предизвикателството за Out & About е да създаде рамка на КСО.

По принцип, стимулите за приемане от Out & About на КСО е микс от стимули и рискове. Тези стимули трябва да бъдат ориентирани спрямо всички заинтересовани страни, основани, разбира се на пазара.

Икономическите стимули са

- Имидж на компанията / репутация
- Подобряване на управлението на риска
- Конкурентно предимство
- Натиск от страна на бизнеса партньори