

«ВОПРОС ВЫБОРА — САМЫЙ СЛОЖНЫЙ»

СТАРШИЙ ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ ОАО «БАНК ВТБ» ЮРИЙ ЛЕВЧЕНКО РАССКАЗАЛ РЕДАКТОРУ SR О ТОМ, ЧТО В КОРПОРАЦИИ ПОНИМАЮТ ПОД КОРПОРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ, КЕМ ПРИНИМАЕТСЯ РЕШЕНИЕ О ФИНАНСИРОВАНИИ ЭТОГО НАПРАВЛЕНИЯ И ЧТО ОНО ДАЕТ БИЗНЕСУ.

SOCIAL REPORT: Вы считаете себя публичной компанией?

ЮРИЙ ЛЕВЧЕНКО: Да, наш банк придерживается принципов открытости: мы стараемся откликаться на запросы СМИ, публикуем отчетность и информационные сообщения, несколько раз в год проводим встречи «без галстука» с руководителями деловых СМИ, чтобы информировать о происходящих в банке событиях. Часто находим и неформальные поводы для общения с журналистами: например, ВТБ поддерживает «Золотое перо», издает альбомы фотографов и организует отдельные выставки, дружит с Союзом журналистов — я сам являюсь его членом.

SR: Что вы понимаете под социальной ответственностью бизнеса?

Ю. Л.: Много лет курируя направление спонсорства и благотворительности, я заметил, что большинство людей именно это и понимают под социальной ответственностью. На мой же взгляд, это слишком узкое восприятие: социальная ответственность бизнеса не ограничивается пожертвованиями. Ведь то, что мы платим белые зарплаты, застраховываем сотрудников, обеспечиваем хорошие условия труда, обучаем их, — имеет для общества не меньшее значение. То же касается и внешней среды, экологии — любой бизнес как-то в нее вторгается, хотя в отношении банков эта тема, пожалуй, наименее острая. Тем не менее мы, например, ориентируемся на оптимальное энергопотребление. Но главное — то, что банки должны реализовывать свою социальную ответственность в сфере бизнеса. Основная деятельность ВТБ направлена на его поддержку: на наших глазах клиенты превращают свои фирмы в крупные корпорации, и мы с точки зрения развития экономики являемся частью этого процесса.

Конечно, у нас есть бренд, который чего-то стоит, и стоит немало. Все, что касается нашей спонсорской деятельности, влияет на его узнаваемость и, как следствие, на рост капитализации. Поэтому в Санкт-Петербурге ВТБ поддерживает значимые события — Экономический форум, Международный банковский конгресс и другие. Но самое значимое влияние на имидж, конечно, оказывают спонсорские и благотворительные проекты в сфере образования, культуры, здравоохранения.

SR: Какие проекты вы реализуете в этих сегментах?

Ю. Л.: Если говорить об образовании, то у нас существует программа для стипендиатов, которая распространяется на четыре вуза в Петербурге, действует в Петрозаводске, Пскове, Череповце и Кирове. Это именные стипендии ВТБ, которые выдаются студентам на год, и каждый год ими подтверждаются. В Петербурге участвуют Большой университет, Финэк, Политех и Инжекон. Для нас это важно не только с точки зрения имиджа, но и как привлечение ценных кадров. В сфере культуры у ВТБ очень давние отношения с Мариинским театром, многолетнее со-



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

трудничество с Русским музеем. Так, например, 5 апреля в корпусе Бенуа прошло открытие выставки художника Михаила Нестерова, организованной при поддержке ВТБ. Много лет мы работаем с Фондом мира, через который направляем средства в медицинские учреждения, ветеранские организации, на поддержку инвалидов, в детские сады, школы. ВТБ по всей России реализует благотворительную программу «Мир без слез».

SR: Сотрудники в этих проектах могут участвовать?

Ю. Л.: Безусловно. У нас есть волонтерская программа, которую курирует подразделение по работе с персоналом — сотрудники сами организовались и шефствуют над детским домом. И в Москве есть аналогичная программа — в ней участвуют более 4 тыс. человек. Но, по большому счету, это единичные случаи. Сегодня в России благотворительность существует за счет корпораций, а на Западе основная часть — это частные пожертвования. Но для этого надо иметь крепкий средний класс.

SR: По каким критериям вы определяете важность проекта, когда стоит выбор?

Ю. Л.: Вопрос выбора — самый сложный. Количество обращений, конечно, огромно. И нельзя, чтобы кто-то один это определял. В ВТБ и у нас (в СЗРЦ. — **SR**) есть соответствующий комитет, чтобы коллегиально рассматривать подобные вопросы. Есть традиции, наработанный опыт, разумный бюджет — действовать приходится в этом коридоре. Например, мы являемся генеральным спонсором Филармонии. В натуральном исчислении это небольшое проек, но очень значимый. Мы поддерживаем театр «Балтийский дом», его фестивали, премию «Балтийская звезда» — и очень ценим этот проект. Экспертным

советом была задана высокая планка, и сформировался хороший состав лауреатов: Евтушенко, Темирканов, Раймонд Паулс, Янсонс, Милош и другие.

SR: Вы предоставляете какие-то расширенные возможности для обучения персонала?

Ю. Л.: Мы работаем в высококонкурентном рынке, и для нас очень важно, чтобы знания и навыки наших сотрудников соответствовали требованиям времени. Потому много усилий ВТБ прилагает к перманентному обучению сотрудников. Существует корпоративный институт ВТБ, филиалы которого действуют во многих регионах страны. Обучение открывает хорошие перспективы перед сотрудниками и позволяет им чувствовать себя не отставшими во времени.

SR: Соискатели спрашивают вас про социальную ответственность?

Ю. Л.: Скорее нет, все-таки в России это не является решающим критерием при принятии решения о переходе на новую работу. Тем не менее опосредованное влияние есть: корпоративная социальная ответственность (КСО) влияет на бренд, а бренд — на кандидата. Кроме того, вопросы про потенциальное профессиональное обучение являются одними из наиболее частых.

SR: Кто осуществляет функции КСО в части благотворительности и спонсорства в вашей компании?

Ю. Л.: Непосредственно решение о поддержке того или иного проекта или обращения принимает управляющий комитет — коллегиальный орган. При этом решение зависит от бюджета и наших планов: так, вопрос либо снимается сразу, либо идет в работу. На стадии реализации включаются сотрудники службы связей с общественностью и рекламы.

SR: Каков период принятия решения?

Ю. Л.: От двух недель до месяца.

SR: Какие стандарты при выпуске социального отчета вы используете?

Ю. Л.: Я не знаю норм, которые регламентировали бы обязательный выпуск отчета по корпоративной социальной отчетности: надобность в подобных отчетах появилась в связи с началом выхода российских компаний на IPO. Одной из составляющих КСО является выстраивание нормальных отношений с клиентами и инвесторами. Особенно западными. Если есть отчет, инвестор может, покупая акции или размещая средства, на него ориентироваться. Есть с десяток документов, которые определяют основные принципы составления отчетов, но ни один из них не является обязывающим. В качестве примера — Ассоциация менеджеров выпустила методические указания, Российский союз промышленников и предпринимателей, вспомните кодекс предпринимателя ТПП, есть международные стандарты...

SR: Сколько вы выделяете на мероприятия по КСО?

Ю. Л.: Если говорить про Северо-Западный региональный центр банка ВТБ, то речь идет о десятках миллионов рублей. В масштабе же всего ВТБ можно говорить о миллиардах рублей в год.

SR: На что делается упор — спонсорство или благотворительность?

Ю. Л.: Наверное, рекламный бюджет больше. Спонсорство входит в него. Благотворительность идет отдельной статьей расхода. Есть же ряд стран, в которых ее поддерживают с точки зрения налогов. У нас такие поправки были приняты только недавно. При таких мероприятиях по закону вырезается все, что может сойти за рекламу. Например, когда мы перечисляем деньги петербургским кадетам — это чистая благотворительность. Они не получают карточки со знаком ВТБ, возможно, даже не знают, откуда идет финансирование. Мы понимаем, что нужно повышать привлекательность военной профессии.

SR: Есть ли какое-то воздействие со стороны властных структур?

Ю. Л.: Нет, ведь для банков власть — это ЦБ, надзорный орган. Тем не менее в формате просьб, предложений обращения поступают нередко. Так, ВТБ уже много лет является участником известной программы «Долг», есть и другие проекты. Бывает, что кто-то из заявителей заручается поддержкой какого-либо депутата, но это в виде рекомендаций. Вместе с Законодательным собранием мы помогаем оформить картины учеников художественных школ Петербурга. Они выставляются сначала в ЗакСе, а потом их передают в больницы. Сейчас новый ЗакС, и мы стараемся эту традицию закрепить. Кроме того, на открытие приглашают детей-авторов картин, и это формирует в них понимание того, что они сделали доброе дело. Когда главврачи неформально и тепло об этом говорят, это приносит моральное удовлетворение. ■