

Социальная ответственность бизнеса

«Благотворитель должен быть успешным»

Директор Волго-Вятского дивизиона X5 Retail Group Дмитрий Груданов о принципах социальной ответственности продуктового ритейлера



— интервью —

— Каких основных принципов придерживается X5 Retail Group в своей благотворительной политике?

— Благотворительная работа должна быть непрерывной и эффективной — этому принципу X5 Retail Group следует уже много лет. Высокий уровень социальной ответственности говорит о миссии крупной компании. Это не раздача денег, а решение определенных проблем, существующих в обществе. Мы настроены на последовательную реализацию крупномасштабных проектов. Хотя мы проводим и разовые акции, например в случае возникновения стихийных бедствий, когда наш персонал собирал помощь для пострадавших от паводка на Дальнем Востоке или в Крыму. Также выделяем продуктовые наборы для поздравления ветеранов с Днем Победы. Различные благотворительные акции были приурочены и к Пасхе. Например, в рамках городского фестиваля «Пасха в Москве» департамент культуры совместно с благотворительным проектом Handmade Charity организовывал благотворительную интернет-акцию «Пасхальная корзина». На собранные средства сеть супермаркетов «Перекресток» подготовила пасхальные корзины с продуктами и доставила их малообеспеченным, многодетным семьям и семьям, воспитывающим детей с ограниченными возможностями. Мы также поддерживаем различные общественно важные инициативы. Так, в апреле этого года наша компания стала стратегическим партнером Международного конкурса юных чтецов «Живая классика». На разных этапах конкурса мы вручали призы победителям и сладкие подарки всем участникам, а также подарки организаторам отборочных туров в регионах. Всего в конкурсе в этом году приняли участие более 2 млн детей не только из регионов России, но и из 26 стран мира.

— Каков бюджет, который холдинг ежегодно тратит на благотворительные проекты? Меняется ли он год от года?

— Сумму бюджета мы не можем раскрывать. Наш основной капитал — это люди, которые реализуют тот или иной проект. От их энту-

зиазма и профессионализма зависит очень многое. Важно понимать, что ритейл — это не высокомаржинальный бизнес. Наша прибыль составляет всего несколько процентов. И средства, которые мы можем потратить на помощь, — это труд 140 тысяч сотрудников компании, у которых есть семьи, дети, пожилые родители. И если компания будет с легкостью раздавать деньги направо и налево, то ее бизнес будет убыточен. Мы не сможем инвестировать в низкие цены, не сможем сдерживать продуктовую инфляцию — соответственно, потеряем покупателей, а, следовательно, сотрудники компании не смогут получать конкурентную зарплату и т.п. Если у благотворительных дел пойдут плохо, то и благотворительную помощь он оказывать уже не в состоянии. Благотворитель должен быть успешным. Поэтому решения о выделении помощи, об участии в том или ином благотворительном и социальном проекте принимаются очень взвешенно. Мы готовы поддерживать масштабные благотворительные проекты, которые курируются администрациями регионов. Это гарантия того, что помощь дойдет до адресатов — тех, кому она действительно необходима. К тому же, масштабные проекты требуют серьезных организаторских ресурсов, а ими располагают администрации регионов и крупные компании, такие как X5.

— Расскажите о ваших совместных проектах с фондом «Линия жизни». Как давно вы сотрудничаете? Какие результаты? Какие планы?

— С 2006 года стратегическое партнерство с фондом спасения тяжелобольных детей «Линия жизни» стало основным направлением работы в сфере благотворительности нашей компании. X5 входит в попечительский совет фонда. Хочу отметить, что и до этого момента наша компания на протяжении долгого времени поддерживала «Линию жизни» через благотворительные программы, запущенные в своих торговых сетях: «Карусель детям» и «Перекресток жизни». В них с удовольствием принимали участие покупатели, и в результате в 2013 году X5 помогла своим покупателям пожертвовать на лечение детей около 22 млн руб., в итоге на средства от совместных акций было вылечено 122 ребенка.

В этом году 1 июня в День защиты детей наша компания совместно с благотворительным фондом «Линия жизни» запустила проект «Конфетка доброты». Во всех магазинах торговых сетей «Перекресток», «Пятерочка», «Карусель» покупатели могут приобрести на кассовой зоне леденец «Конфетка доброты» по цене 15 руб., из которых 5 руб. перечисляются на операции подопечным детям благотворительного фонда. Пока акция действует на территории Центрального региона, но скоро будет запущена во всех субъектах страны. Еще один проект, который в прошлом и позапрошлом годах активно поддерживала X5 Retail Group, — общенациональный фестиваль «Будущее России» с участием воспитанников детских домов, школ-интернатов для детей, оставшихся без попечения родителей, и приютов. Сеть «Пятерочка» обеспечила всех участников, а их было около 700 человек, продуктовыми наборами и подарками.

— X5 традиционно поддерживает малообеспеченных покупателей, пенсионеров, предоставляя скидки по утрам. А в 2011 году в Подмоскovie сеть «Перекресток» приняла участие в государственной социальной программе «Продуктовый набор» и выпустила карточки для многодетных семей. Насколько популярна была эта программа? Каких затрат потребовала? Планируются ли подобные проекты в других регионах?

— Да, мы правы, мы оказываем поддержку нашим малообеспеченным покупателям. Так, в торговой сети «Пятерочка» мы предлагаем им приобретать популярные продукты и товары с хорошей скидкой. В рамках промо-акций скидки на различные товары может достигать 30%, а то и 50% в определенные часы. Ориентируясь на широкие массы населения, наша компания устанавливает самые низкие цены на продукты, пользующиеся повышенным спросом. Таким образом, покупатель может получить то, что его интересует, и сэкономить при этом свои личные средства.

Что касается торговой сети «Перекресток», то в 2011 году сеть принимала участие в государственной социальной программе «Продуктовый набор» и выпускала карточки для многодетных семей. А с 2013 года эта программа трансформировалась и стала еще более удобной. Теперь во всех магазинах наших торговых сетей в Москве действует совместная социальная программа со столичным департаментом социальной защиты населения. Покупатели из многодетных семей, у которых есть социальная карта москвича, могут воспользоваться средствами, перечисленными департаментом, и потратить их на свое усмотрение, купив в наших магазинах продукты из разрешенного списка. Правда, в список не входят табачная и алкогольная продукция. Что касается других регионов, то мы и там готовы развивать эту программу как технически, так и организационно.

— Какие спортивные мероприятия вы поддерживаете?

— В этом году мы принимали участие в спортивном проекте в Белгороде: там состоялся первенство ЦФО по дзюдо. Путёвки на всероссийские соревнования разыгрывали юноши и девушки в возрасте до 18 лет. Всего в Белгород в составе 17 сборных команд регионов Центральной России приехали 425 спортсменов. Они разыграли 17 комплектов наград в девяти юношеских и восьми девичьих категориях. Мы в рамках этого проекта выделяли призовой фонд для победителей.

Беседовала Людмила Аристова

«Промышленников не пришлось убеждать финансировать образование»

Нижегородские промышленные предприятия при поддержке регионального правительства одними из первых в современной России возобновили эффективную практику подготовки рабочих кадров. Ее суть в том, что на условиях софинансирования с областным и федеральным бюджетами заинтересованное в привлечении специалистов предприятие вкладывается в переоснащение учреждения профтехобразования и организует на своих мощностях производственную практику для студентов. О том, как функционируют эти ресурсные центры сегодня, рассказывает один из инициаторов их создания председатель комитета по экономике и промышленности законодательного собрания Нижегородской области МИХАИЛ ГАПОНОВ.

— стратегия —

— Михаил Викторович, первые ресурсные центры появились в Нижегородской области в 2007 году. В каких условиях они создавались? Кому вообще пришла такая идея?

— Авторами идеи были Нижегородская ассоциация промышленников и предпринимателей и Общественная палата региона. Областное правительство сразу и безоговорочно эту тему поддержало. Идея, надо признать, не новая — так работали еще в Советском Союзе. Потом, в силу ряда факторов, в том числе и объективных, профтехобразование забросили, остались единичные ПТУ, которые, естественно, были не в состоянии не только покрыть дефицит кадров для промышленных предприятий, но и обеспечить должную квалификацию своих выпускников: они приходили на производство и не знали, с какой стороны подойти к современному станку. Тогда проблема с кадрами стояла гораздо острее, чем сейчас, и промышленников не пришлось убеждать финансировать образование — идея шла от них. Так что можно сказать, что это была инициатива снизу.

— Как работает ресурсный центр?

— Фактически это дополнительные средства для училища или техникума, который совместно формируют промышленное предприятие, областной и федеральный бюджеты. Их соотношение в общем объеме финансирования может меняться, не всегда участвует Федерация — в каждом конкретном случае все зависит от возможностей предприятия и казны. В целом с 2007 года в создание ресурсных центров промышленники и бюджет вложили несколько сотен миллионов рублей. На выделенные средства училища закупают станочный парк, обновляют основные фонды (например, ремонтируют помещения, где будет установлена техника). Кроме того, студенты ресурсных центров получают возможность проходить практику непосредственно на производстве.

— Сколько ресурсных центров в регионе? Достаточно ли их?

— Пока их 15, они готовят специалистов для радиоэлектронной, металлургической, дорожно-строительной, атомной, сельскохозяйственной отраслей, а также ЖКХ. Нужно ли больше? Да, и эта работа ведется, в некоторых промышленных центрах, например в Борском районе, ресурсный центр пока не создан. Но все понимают, что проект исключительно прикладной, и дискредитировать идею — везде штамповать центры ради количества — никто не будет.

— Как покрывается потребность в рабочих сейчас?

— Трудно оценить однозначно. Сейчас мы меньше, чем в 2007 году, ощущаем дефицит кадров, это стало больше проблемой дефицита квалификации. Вот, условно, надо вам из Нижнего Новгорода в Семенов добираться: пешком, скорее всего, не дойдете, на «Москвиче» — жарко, неудобно, не доехать можно, а лучше все-таки на BMW. Так вот, сейчас у нас есть «Москвич», а семь лет назад речь шла о том, что как бы не пришлось пешком идти в Семенов. Если продолжать аналогию, то проблему превращения «Москвича» в гор-



дост автопрома ресурсные центры в перспективе решить помогут, но, к сожалению, не так быстро как бы всем нам хотелось.

— Может ли быть эффективной такая же схема в высшем образовании?

— А у меня к вам встречный вопрос: если для ПТУ продуктивной поддержкой будет ремонт помещений, закупка станочного парка, производственная практика в цехах промышленных предприятий, развитие системы наставничества, то что мы можем предложить вузам? Учебники закупить? Высшее образование — тонкий, сложно организованный механизм, который нельзя регулировать финансами. Научная школа не создается вульгарным вбрасыванием денег. Да, это тренд: «В среднем образовании схема сработала, давайте попробуем воспроизвести ее и в высшем». Но как показывает опыт, бесперечно вмешиваться в процесс обучения в высшей школе категорически нельзя. Когда мастер цеха объясняет рабочему, что он должен делать, — это нормально. Кто, как не он, лучше всех знает свой станок? Но совершенно не факт, что начальник конструкторского бюро лучше знает, что должен делать проектировщик. У начальника КБ своя задача — он системный инженер.

— Какие еще меры можно предпринять для решения кадровой проблемы в промышленности?

— Набор факторов понятен: достойная зарплата, соцпакет, условия труда, понятный сценарий карьерного роста. Это то, что предприятия могут предоставить сотруднику самостоятельно. А созданием ресурсных центров у промышленников появилась возможность заинтересовать потенциальных сотрудников еще на этапе получения образования, чтобы они целенаправленно готовились к работе на конкретном предприятии. Но по-прежнему острой остается проблема престижа рабочей профессии, и нам необходимо активнее ломать стереотипы общественного сознания в этом направлении. Так, сегодня далеко не все еще знают, что рабочих на предприятиях зачастую получает заработную плату больше, чем, например, клерк в банке.

Беседовала Татьяна Красильникова

Грант в помощь

— тенденции —

механизм планирования и эффективного управления затратами на оказание благотворительной помощи, а также выбора адресатов поддержки. Компания Auchan, в которой до 2011 года решение об оказании помощи принималось непосредственно на уровне отдельных гипермаркетов, также в итоге создала благотворительный фонд «Покорение Ашан». «Сейчас все благотворительные проекты осуществляются под началом фонда. Решение о том, какой проект поддерживать, принимается на попечительском совете, предварительно сотрудники фонда посещают организацию, которой требуется помощь. В случае принятия положительного решения начинается работа по проекту», — рассказывают в компании.

Вниманию к целевому расходованию средств уделяется и при других формах работы. К примеру, группа «Алиди» в последние годы максимально формализовала работу с подшефными организациями с точки зрения планирования и учета средств, направляемых на благотворительность. «Такой подход позволяет нам заранее спланировать бюджет на благотворительность, опреде-

лить объем и сроки выполнения работ, и мы уверены в целевом использовании средств», — отмечает Олег Сурков из «Алиди».

Некоторые компании сами приобретают необходимые своим подопечным. «Подход к оказанию спонсорской помощи в нашей компании целевой — мы не перечисляем деньги на расчетный счет благополучателя, а сами покупаем необходимое оборудование или организуем мероприятие. Это более прозрачный и понятный способ как для наших сотрудников, так и для наших акционеров», — рассказывают в «КЭС-Холдинге».

Помимо прочего, набирает популярность и корпоративное волонтерство, в рамках которого компании реализуют социальные проекты силами своих сотрудников на безвозмездной основе. «К примеру, банки предлагают курсы повышения финансовой грамотности, рассчитанные на широкую аудиторию: IT-компании — адресованные пенсионерам программы освоения навыков работы с компьютером», — рассказывает Игорь Рожковский. Такая форма благотворительности в большей степени характерна для иностранных компаний, отмечает руководитель департамента исследований банковского сектора На-

ционального агентства финансов Ирина Лобанова. «Социальная ответственность бизнеса иностранных компаний в ряде случаев проявляется не столько в денежных пожертвованиях, сколько в вовлечении сотрудников в волонтерскую активность, что является частью корпоративной культуры. Например, организация субботников с очисткой лесопарковых зон или создание сотрудниками компании кормушек для птиц в компаниях, где одной из декларируемых ценностей является забота об окружающей среде. То есть зарубежный опыт основан на вовлечении в благотворительную деятельность сотрудников, а российский — в централизованной материальной помощи различным фондам», — поясняет эксперт. При этом крупные российские компании в регионах в последнее время активно развивают направление corporate response: речь идет о различных образовательных, медицинских и прочих программах для сотрудников компаний и их семей. «Это логично, так как часто такие организации являются градообразующими или относятся к категории основных работодателей в городе», — считает госпожа Лобанова.

Еще одна форма работы по поддержке социально незащищенных слоев населения, получившая рас пространение, — сбор пожертвованных от сотрудников и населения для нуждающихся в помощи. Например, это проект X5 Retail group и благотворительного фонда «Линия жизни» по сбору средств на лечение детей с заболеваниями сердца. «Мы устанавливаем в наших магазинах специальные короба для сбора средств. Каждый посетитель магазина может пожертвовать любую сумму, затем мы аккумулируем эти средства и направляем в фонд. В прошлом году по всей России в рамках проекта было собрано и направлено на лечение детей около 22 млн руб.», — рассказывает руководитель управления по связям с общественностью и PR-компании Владимир Русанов. Акция «Нужное и полезное», предусматривающая сбор и передачу вещей нуждающимся, проводит на территории региона и КПМГ.

Еще одна форма социальной ответственности бизнеса сейчас — это вовлечение в рабочий процесс людей с ограниченными возможностями. Одним из примеров поддержки людей с инвалидностью со стороны бизнеса является создание нижегородского отделения Совета бизнеса

по вопросам инвалидности (СБВИ). «Совет является своего рода посредником между бизнес-сообществом и группами лиц с ограниченными возможностями. В него входят ведущие компании региона, общественные региональные организации, представители учебных заведений», — рассказывает заместитель директора Приволжского регионального центра КПМГ Лариса Колчина. Совет содействует трудоустройству лиц с ограниченными возможностями, организует для них стажировки, ярмарки вакансий, помогает адаптироваться к новой работе и коллективу. Буквально в апреле при поддержке КПМГ прошла обучающая программа для людей с инвалидностью «Клуб ищущих работу». Также получил поддержку КПМГ конкурс «Путь к карьере», направленный на трудоустройство студентов и выпускников вузов с инвалидностью.

Своя лепта

Малый и средний бизнес также участвует в благотворительной деятельности, причем его активность выше именно в регионах, отмечает Ирина Горбунова: «Это связано с уровнем конкуренции в Москве и Санкт-Петербурге, которая не позволяет предприятиям МСБ выделять сред-

ства и время на благотворительность. При этом социальная активность региональных компаний обычно проявляется в решении местных проблем и сосредоточена на повышении качества жизни в регионе: это организация публичных мест для отдыха, спонсирование местных социальных заведений, в том числе детских домов, организация праздников».

В Нижегородской области многие представители МСБ, несмотря на сравнительно небольшие возможности, являются социально ответственными, добавляют в региональное правительство. «Особое внимание руководители МСБ уделяют развитию спортивной, культурной и духовной составляющих в жизни районов, где они работают. Средства направляются на создание и реконструкцию спортплощадок, храмов и культурно-развлекательных комплексов», — рассказывают в минподдержки предпринимательства.

В целом, как отмечают эксперты, социальная ответственность бизнеса в регионе растет. «Бизнес выходит за рамки своей внутренней среды, стремясь принимать более активное участие в жизни общества, в его развитии, в решении социальных проблем», — заключает Игорь Рожковский.

Анна Павлова