Социальная ответственность бизнеса

«Ни один крупный социальный проект не может обойтись без помощи государства»

И.о. заместителя губернатора Нижегородской области Дмитрий Сватковский о механизме ГЧП в социальной сфере

— госуправление —

— В кризис 2008–2009 частные компании серьезно сократили свои благотворительные программы. Наблюдается ли подобная тенденция сейчас, по вашим оценкам?

— Сразу отмечу, что не стал бы сравнивать сегодняшнюю ситуацию с кризисом 2008–2009 годов. Все, что происходит сейчас, экономически предсказуемо. Мы и раньше понимали, что такого интенсивного роста, как в начале двухтысячных, не будет. Понимали, что сейчас идет перенастройка экономики, многих ключевых отраслей. Конечно, проблемы остаются — разом их все не решить, но благотворительные, социальные программы не сворачиваются.

— В Нижегородской области чаще сам бизнес выходит с благотворительными инициативами или же вам приходится их собирать и просить содействия в решении тех или иных социальных задач?

— Признаюсь честно, девять лет назад было иначе. Тогда мы просили о помощи. Сейчас бизнес сам предлагает интересные проекты. Например, недавно к нам пришли представители инициативной группы и попросили поддержать Нижегородскую народную медицинскую премию. В рамках проекта с помощью голосования нижегородцы сами определяют медработников, вызывающих у них наибольшее доверие. Это реально народная премия, которая инициирована не правительством области. Мы там выступаем исключительно как партнеры. Еще один пример: Выксунский металлургический завод. Они за свой счет отреставрировали дом Баташевых, создали в нем музейную экспозицию по истории Выксы, благоустроили площадь Металлургов и парк, готовятся к созданию еще одной музейной площадки под открытым небом. Люди серьезно вложились в создание культурного наследия, и это не может не вызывать уважения. Кстати, за последние шесть лет за счет частных инвестиций в области проведены ремонтно-реставрационные работы более чем на 100 объектах культурного наследия.

— Какие еще интересные инициативы в области реализации социальных проектов на территории региона поступали от бизнеса за последнее время? Какие проекты областное правительство реализует совместно с частным капиталом сейчас или планирует реализовать в ближайшее время?

— Особо отмечу благотворительный проект «Под флагом Добра», который проводится в регионе уже девять лет. В рамках акции команда правительства Нижегородской области играет в футбол с клубом звезд эстрады «Старко-Росич». Вырученные деньги идут на лечение нижегородских детей. Знаете, раньше мне казалось, что из года в год сумма, которая собирается, будет сокращаться. Но это не так. Предприятия региона всегда с большой ответственностью относятся к акции, зачастую удается собрать больше денег, чем планировалось. За время проведения акции удалось оказать медицинскую помощь 67-ми тяжелобольным детям на сумму более 31 милн руб. Это реальный отклик общества на проблему. Не исключено, что в будущем мы проведем аналогичные баскетбольные и волейбольные матчи, а хоккейный поединок уже состоялся. Мы этими мероприятиями пытаемся донести, что те, кто нуждаются в поддержке, не одиноки в своей беде.

Огромный отклик в обществе получило и паралимпийское движение. Я сам дружил с некоторыми паралимпийцами. Их стойкость достойна восхищения. Рад, что отношение к этим героическим людям стало меняться. Посмотрите на эстафету паралимпийского огня, которая зимой прошла в России. Люди приезжали, приветствовали, поддерживали участников — общество гордится ими. Сейчас мы по поручению президента строим паралимпийский центр в Дзержинске. Принят ряд законодательных актов для того, чтобы доступная для людей с ограниченными возможностями среда была на всех объектах, в том числе государственных. Наша задача — вытащить людей из той ракушки, в которую их загнала жизнь. Я не утверждаю, что мы решили все проблемы в этой сфере. Но о проблемах людей с ограниченными возможностями никогда еще не говорили так много. Даже в советское время, давайте будем честными, к таким людям не относились с должным уважением. И тот ущерб, который накоплен годами, мы сейчас просто обязаны возмещать.

МИХАИЛ СОЛУНИН

— А бизнес готов принимать участие в решении этих проблем?

— Мне кажется, они уже и так на это ориентированы. В большинстве торговых центров, многих банковских отделений создана доступная среда. Если говорить в целом, то бизнес сейчас хочет принимать участие в решении социальных задач. Например, многие предприятия к нам обращаются и просят найти выходы на людей с ограниченными возможностями для того, чтобы взять их к себе на работу. Другой пример: с 2009 года минсоцполитики и минздрав региона совместно с международной компанией КПМГ реализует совместный проект «Уверенное начало». Он направлен на развитие системы раннего вмешательства для детей с функциональными нарушениями. Компания КПМГ не только полностью финансирует этот проект, но и подбирает экспертов, координирует все этапы его реализации.

С компанией «Юлмарт» мы реализуем проект по повышению компьютерной грамотности пожилых, с ОАО «Каравай», Альфа-банком и другими партнерами проводим семейные соревнования.

— На ваш взгляд, возможно ли использование механизма государственно-частного партнерства в реализации социально значимых проектов?

— В регионе мы уже реализуем проект по строительству ФОКов, используя механизмы государственно-частного партнерства. Сейчас в области работает три подобных спорткомплекса — в Павлово, Лукоянове и Красных Баках. В 2012 году мы первыми в России осуществили такой проект именно в строительстве спортивных сооружений. В этом году в рамках ГЧП планируется начать строительство ФОКов в Арзамасском районе, Починках и Городце, ледовых дворцов в Навашине и Сеченово. По аналогичной схеме планируем развивать программу по строительству пансионов для людей, нуждающихся в реабилитации. При этом все понимают, что систематизация ГЧП необходима. ГЧП должно дать более широкие полномочия и регионам, и муниципалитетам для плотной работы с федеральными структурами, крупными инфраструктурными банками, такими как ВЭБ. Все восхищаются системой здравоохранения на Западе. Могу твердо сказать, что там ни одна городская больница на 2–3 тыс. коек, работающая в системе обязательного медицинского страхования, не построена без государственного софинансирования. Начинаешь разбираться в документах и видишь, что от 30% до 50% на создание медучреждения выделено государством. Либо выдавался кредит, либо субсидии, либо безвозвратный заем. То есть ни один крупный социальный проект без помощи государства не обходится.

— В Нижегородской области кто-то уже предлагал построить госпиталь по такому же принципу?

— Мы сейчас рассматриваем столичный опыт по концессиям. И думаем, что стоматологические клиники уже можно отдавать в концессию. Это весьма развитой бизнес. Пока готовим соответствующие документы, продумываем различные модели взаимодействия с бизнесом. Помимо стоматологии, рассматриваем возможность создания клиник в области кардиохирургии и онкологии.

— В Нижегородской области существует система налоговых преференций для компаний, которые поддерживают региональные спортивные команды. Для каких благотворителей, помимо «спортивных», планируется предоставление аналогичных преференций?

— У нас есть такой уникальный опыт, но и в нем есть ряд ограничений, который не позволяет нам активнее использовать эту схему. К примеру, возьмем налоговую систему США. Там, если у компании до 5% доходов идет на благотворительность и спорт, это засчитывается как расходные обязательства. Согласно нашему налоговому законодательству, это, к сожалению, невозможно. Вся благотворительная деятельность должна оплачиваться из прибыли. Хотя не исключено, что будут внесены поправки. По крайней мере, мы на это надеемся.

— Реализация каких социальных проектов невозможна без помощи бизнеса? И в каких из них Нижегородская область нуждается наиболее остро?

— В первую очередь образование и медицина. В регионе уже существует большое количество частных клиник. Кстати, в последние годы неизменно растет количество «частников» в системе ОМС: если в 2012 году их было 14, то в 2013 году уже 27. Это прекрасно, когда инвестиции идут в медицину. Надеемся, что такая конкуренция даст возможность повысить качество оказания медицинской помощи в учреждениях всех форм собственности. Участие бизнеса в образовании — также правильный вектор развития. В регионе сложилась система подготовки кадров за счет создания ресурсных центров, где люди учатся, повышают квалификацию, проходят переподготовку. Сегодня с привлечением средств предприятий создано 14 подобных центров. Очевидно, нам также необходимы частные школы, университеты. Главное — грамотное взаимодействие государства и бизнеса.

Беседовала Елизавета Зубакина

«Благотворительности в России нужен экшн»

— экспертное мнение —

В отличие от частных благотворителей, которые в большинстве своем не афишируют себя, корпоративная благотворительность в России находится на таком этапе развития, когда ей необходимы коммуникации и продвижение. Коммуникации должны быть направлены на позитивное эмоциональное восприятие бренда, которое позволит предприятию увеличить продажи, генерировать больше денег и, соответственно, больше отдавать на благотворительность. По данным различных исследований, социальная ответственность составляет до 30% от стоимости репутации компании в целом. Клиенты охотнее покупают продукты компании, которая вызывает у них позитивные эмоции и участвует в жизни и развитии общества, в эту компанию охотнее приходят квалифицированные работники, а бизнес-партнеры еще больше дорожат сотрудничеством.

При этом, выбирая инструменты коммуникаций корпоративной благотворительности, необходимо принимать во внимание определяющие тренды в информационном поле и массовом сознании. Сегодня меняются модели поведения людей и, в частности, потребления информации благодаря развитию телекоммуникаций и мобильного интернета. Информация расходится путем нажатия пары кнопок на смартфоне. Это необходимо учитывать при организации фандрайзинга. Сложные банковские реквизиты подойдут для крупных благотворителей, а массовой аудитории необходимо простое решение. Вот пример эффективного интернет-фандрайзинга: благотворительная программа МТС «Подари добро!» занимается лечением тяжелобольных детей. С 2011 года мы помогли 140 детям из 50 регионов страны. Мы привлекаем к сбору средств наших абонентов, партнеров, сотрудников и обычных пользователей соцсетей. С разрешения родителей публикуются истории подопечных программы в социальных сетях. Каждый лайк и репост МТС конвертирует в 10 руб., а если человек решает, что он может внести больший вклад, чем эти 10 руб., мы предлагаем воспользоваться сервисом *700#, чтобы перечислить их ребенку прямо со своего мобильного счета. Таким образом, человек, нажав пару кнопок на смартфоне, за несколько секунд узнал о программе, сам стал настоящим благотворителем и рассказал об этом друзьям. Лайки и репосты обеспечивают эффективные коммуникации о благотворительной деятельности МТС, а сервис позволяет собирать дополнительные средства. Все честно и открыто: мы всегда добавляем нужную сумму на лечение ребенка, но помощь вовлеченных людей нельзя переоценить — благодаря им мы имеем возможность помогать большему числу нуждающихся и популяризируем корпоративную благотворительную программу.

Помимо простоты и удобства фандрайзинга, сегодня корпоративная благотворительность должна предлагать больше, чем просто возможность помочь кому-то. Обществу нужен экшн — простые, безопасные, креативные и в идеале вирусные инициативы. Например, такие, как проект «Поколение Маугли», который мы реализуем вместе с фондом Константина Хабенского и который объединяет в себе развитие творческого потенциала детей из регионов и помощь больным детям. Проект включает в себя постановку музыкального спектакля, в котором главные роли играют звезды российской сцены вместе с талантливыми детьми из регионов. Всероссийская премьера спектакля состоялась недавно в Поволжье — в Казани, ее посетили более 4500 зрителей. Все средства от продажи билетов, а это порядка миллиона рублей, направлены на помощь детям. Параллельно со спектаклем на сайте www.dobroedelo.mts.ru разворачивается виртуальная история для развития детей. На сегодня это единственный творческий благотворительный портал в стране с аудиторией, которая исчисляется десятками тысяч посетителей. Здесь все желающие могут поучаствовать в творческих конкурсах, выиграть ценные призы и … стать благотворителями, не потратив ни копейки! За участие в конкурсах, написание комментариев, голосовании на портале, а также за «лайки» и «репосты» в социальных сетях посетители получают баллы и таким образом пополняют общий благотворительный счет проекта, баланс которого в режиме реального времени обновляется на главной странице портала. В конце года благотворительная программа МТС «Подари добро!» и ее партнеры переведут накопленные баллы в реальные деньги, которые, как и средства от продажи билетов на все спектакли «Поколение Маугли» в регионах страны, будут направлены на лечение детей.

Михаил Черныш,
директор МТС в Поволжье

«ПОЛУЧЕНИЕ ГРАНТА — ЭТО ЧАСТЬ УСПЕХА»

КОМПАНИЯ ЛУКОЙЛ ПОДВЕЛА ИТОГИ ТРАДИЦИОННОГО КОНКУРСА СОЦИАЛЬНЫХ И КУЛЬТУРНЫХ ПРОЕКТОВ В РЕГИОНАХ ОТВЕТСТВЕННОСТИ «ЛУКОЙЛ-ВОЛГАНЕФТЕПРОДУКТ». В 2014 ГОДУ ГРАНТЫ ОТ КОМПАНИИ ПОЛУЧИЛИ 64 ПРОЕКТА, НАПРАВЛЕННЫХ НА ПОДДЕРЖКУ СОЦИАЛЬНО НЕЗАЩИЩЕННЫХ ГРАЖДАН, РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСТВА, РЕАЛИЗАЦИЮ КУЛЬТУРНЫХ ИНИЦИАТИВ. ОБЩИЙ ГРАНТОВЫЙ ФОНД В 2014 ГОДУ СОСТАВИЛ 11,5 МЛН РУБ.

Кроме Нижегородской области, в ежегодном конкурсе ЛУКОЙЛа приняли участие представители Владимирской, Вологодской областей, республик Марий Эл, Мордовия и Чувашия. На получение грантов компании претендовал 361 проект — это на 35% больше, чем в прошлом году. Авторитетное жюри выбрало в номинациях «Молодое поколение» и «Здоровый образ жизни» по 19 победителей, в номинации «Экология» гранты получили 8 проектов. Еще 19 заявок жюри одобрило среди проектов развития культуры — приоритетного направления конкурса в 2014 году, объявленном Годом культуры в России. Культурный проект получил и Гран-при конкурса: им стала «Театральная деревня», в рамках которой в Антонихе Варнавинского района создается театральная труппа из жителей деревни. «Это очень интересная инициатива небольшого села, в котором живет около полутысячи человек, но там никогда не было своего театра, и они подали заявку на очень скромные деньги. Их инициатива трогает и вызывает желание помочь. Поэтому кроме гранта заявители получат хороший фотоаппарат, чтобы снимать свои постановки», — рассказывает директор партнера конкурса — приволжского филиала ГЦСИ «Арсенал», заслуженный работник культуры РФ Анна Гор. Остальные победившие проекты позволят организовать новые спортивные и игровые площадки, специальные мультимедийные площадки для поддержки творческих инициатив, провести несколько национальных и детских конкурсов и фестивалей и отреставрировать памятники. Кроме того, помимо ставшего традиционным конкурса проектов ЛУКОЙЛ совместно с Приволжским филиалом ГЦСИ «Арсенал» провел обучающие семинары и тренинги по повышению уровня реализации проектов для победителей конкурса.

Конкурс социальных и культурных проектов ЛУКОЙЛ проводит с 2002 года, регионы «ЛУКОЙЛ-Волганефтепродукт» подключились к нему в 2007 году. «Этот год стал особо продуктивным, поскольку помимо основных направлений, которые поддерживает ЛУКОЙЛ в области медицины, образования, спорта, в этом году у нас введена новая номинация — „Год культуры в России“. Более того, мы стараемся, чтобы подобного рода конкурсы стали базой для объединения, сплочения, давали организаторам социальных проектов возможность общаться по интересам. Надеемся, что мы будем прирастать как среди номинантов, так и среди организаторов подобных проектов», — отмечает сопредседатель экспертного совета конкурса, генеральный директор ООО «ЛУКОЙЛ-Волганефтепродукт» Илья Бородин.
По его словам, подобные конкурсы становятся площадкой для открытого диалога власти, бизнеса и общества. «Потому что хорошая заявка — это только полдела, получение гранта — это часть успеха. И в этой связи хотелось бы пожелать победителям конкурса, чтобы мерилом успеха проекта стало удовлетворение от проделанной работы и благодарность общества», — говорит господин Бородин. «Очень радует, что конкурс с каждым годом привлекает все больше новых участников: растет и количество, и география, расширяются границы. А это значит, что благодаря компании сегодня есть все больше возможностей для реализации общественных инициатив. ЛУКОЙЛ — это пример социально ответственного бизнеса, пример для всех организаций, которые работают на территории региона, и очень важно, что для реализации социальных проектов используются средства не только бюджетов различных уровней, но и средства всем известной компании ЛУКОЙЛ», — добавил заместитель председателя законодательного собрания Нижегородской области Евгений Морозов.

ЛУКОЙЛ

РЕКЛАМА