



ВЯЧЕСЛАВ СОРОКИН,
РЕДАКТОР REVIEW «КСО»

КОРПОРАТИВНО-РЕАЛЬНАЯ ПОМОЩЬ

Помогать людям стало модно. Крупнейшие компании все чаще задумываются о том, что же они могут дать людям, помимо своей продукции или услуг. Причем дать безвозмездно, то есть — даром. Не у всех пока получается — многие проекты вызывают лишь улыбку, особенно учитывая финансовые возможности инициаторов этих самых проектов. Но ситуация меняется к лучшему. Уже можно увидеть много фондов крупных федеральных и мировых корпораций, которые понимают, что гораздо выгоднее делать подобные мероприятия не «для галочки», а с реальной пользой. Популярность корпоративно-социальных проектов подчеркивается их раскрученностью в соцсетях и в ряде СМИ, а также участием медийных личностей, которые далеко не всегда участвуют в них исключительно ради крупных гонораров. Положительной стороной проектов является вовлеченность собственных сотрудников. Приятно видеть, что многие компании, в том или ином виде реализующие проекты корпоративно-социальной ответственности, свою деятельность не афишируют. Присутствуя на инфраструктурных объектах одной из компаний в Самарской области, я однажды увидел, что компания высадила целый лес около своих производственных площадей. На вопрос о том, для чего это было сделано, работники на производстве ответили, что просто потому, что так красивее, да и воздух деревья очищают. При этом никому в компании и в голову не пришло рассказывать об этом поступке в прессе. Хотя это — наиболее яркое проявление чувства корпоративного долга, которое было достойно освещения. Хочется верить, что таких примеров честной, бескорыстной, настоящей социальной ответственности будет больше.

Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» REVIEW

Вера Власова — генеральный директор АО «Коммерсантъ-Волга»
Рекламная служба: тел. (846) 203-00-88
Вячеслав Сорокин — выпускающий редактор
Денис Шлаев — главный редактор АО «Коммерсантъ-Волга»
Иван Кособоков — дизайнер
Юрий Стрелец — фоторедактор
Татьяна Мурзинова — корректор
Адрес редакции: 443010, г. Самара, ул. Красноармейская, 16; тел. (846) 203-00-88

Учредитель: АО «Коммерсантъ».
Адрес: 127055, г. Москва, Тихвинский пер., д. 11, стр. 2.
Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).
Свидетельство о регистрации СМИ — ПИ № ФС77-64419 от 31.12.2015
Типография «Аэропринт», г. Самара, Заводское шоссе, 18.

ИНВЕСТИЦИИ НЕ РАДИ ПРИБЫЛИ
НАПРАВЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНО-СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ (КСО) ПЕРЕСТАЛО БЫТЬ ПРОСТО МОДНЫМ ТРЕНДОМ И СТАЛО НЕОТЪЕМЛЕМОЙ ЧАСТЬЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ НАРЯДУ С БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬЮ И СПОНСОРСТВОМ. ПРОЕКТЫ В СФЕРЕ КСО ПОЗВОЛЯЮТ НАГЛЯДНО ПОКАЗАТЬ, ЧТО КОМПАНИЯ ЗАНИМАЕТСЯ НЕ ТОЛЬКО ИЗВЛЕЧЕНИЕМ ПРИБЫЛИ, НО И РЕАЛЬНО ЗАБОТИТСЯ ОБ ОКРУЖАЮЩИХ, НЕЗАВИСИМО ОТ ТОГО, ЯВЛЯЮТСЯ ОНИ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ ИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ ИЛИ ЖЕ НЕТ. ЧТО ХАРАКТЕРНО, В ПРОЕКТАХ КСО ЗАДЕЙСТВУЮТСЯ И СОТРУДНИКИ КОМПАНИИ, КОТОРЫЕ НЕРАВНОДУШНЫ К ТЕМАТИКЕ ПРОЕКТОВ ИЛИ ДАЖЕ САМИ ЯВЛЯЮТСЯ ИХ ИНИЦИАТОРАМИ.

ВЯЧЕСЛАВ СОРОКИН



ПРОЕКТЫ КСО ПОЗВОЛЯЮТ ПРЕОДОЛЕВАТЬ В ТОМ ЧИСЛЕ КАРЬЕРНЫЕ БАРЬЕРЫ

ПРОЕКТЫ

Деятельность компаний в области КСО становится все более заметной на региональном уровне — ряд организаций проявляют активность в Самарской области, при этом задействуют ресурсы на высшем уровне. Например, победители турнира «Кожаный мяч», организованного Coca-Cola, сумели попасть на поля стадионов футбольного чемпионата мира, который сейчас проходит в России. Но у масштабности есть и другая сторона — пока знаковые проекты в области КСО доступны лишь крупным игрокам, в то время как малый бизнес пока чаще наблюдает за происходящим со стороны.

Сегодня все больше различных предприятий, организаций, практиков и просто любознательных людей интересуются вопросами корпоративной социальной ответственности (КСО). Направление это имеет и другие названия — просто «корпоративная ответственность», «ответственный бизнес», «корпоративная гражданская позиция». Сущность у данного направления, как его не назови, — одна и та же — добровольно возложенные на себя обязательства и расходы на социальные нужды сверх пределов, установленных налоговым, трудовым, экологическим или каким-либо другим законодательством, исходя не из требований закона, а по моральным, этическим соображениям.

«Корпоративно-социальная ответственность» — широкое понятие, охватывающее разные направления. Это может быть и экология, и благотворительность или спонсорство, и даже вопросы социального неравенства.

Практически все крупные западные компании, помимо финансовых отчетов, каждый год издают объемные документы, рассказывающие о принесенной обществу пользе. Зачем они это делают и действительно ли корпоративная социальная ответственность помогает вести бизнес? Оценивать эффект от проектов в области КСО стоит по-разному, и не обязательно подходить к данному вопросу, только исходя из сухих цифр статистики. Зачастую затраты на КСО составляют астрономическую сумму на проекты, экономический эффект от которых сложно оценить. Стоит также при оценке избегать слишком приземленных критериев — если компания напишет, что накормила определенное количество бездомных или неимущих, это будет выглядеть скорее нелепо и в имиджевом плане не принесет ожидаемого эффекта. При оценке эффективности от КСО скорее следует понять, повысилась ли узнаваемость бренда (в данном случае необходимо провести соответствующие социологические исследования), стало ли больше обращений в организацию именно от того круга лиц, на которых была направлена кампания, а также банально посмотреть, вырос ли объем продаж продукции или услуг.

В современной России проекты, приносящие реальную пользу широкому кругу лиц, могут себе позволить лишь крупные компании, желательно государственные. «В России нет единого подхода к КСО в силу специфики нашей экономики. Крупнейшими акторами экономической деятельности в нашей стране являются государство, государственные и квазигосударственные организации и акционерные общества. А отношение к корпоративно-социальной ответственности в частном и государственном секторе принципиально разное, поскольку и цели у них отличаются в корне», — считает директор экспертной группы Veta Дмитрий Жарский.