

По его мнению, крупные проекты, такие как финансирование строительства стадионов (эта практика пришла к нам из Европы относительно недавно, но уже сейчас ряд спортивных сооружений носит имя главного инвестора), инвестиции в развитие социальной инфраструктуры в регионах присутствия, в развитие человеческого капитала, организацию программ подготовки и переподготовки кадров, проведение масштабных рекреационных и благотворительных мероприятий — все это в нашей стране доступно в лучшем случае нескольким десяткам крупнейших компаний, более половины из которых на поверку окажутся государственными, а оставшиеся будут иметь западные корни или западный менеджмент.

«Газпром, Сбербанк, ВТБ, Роснефть — вот компании, которые тратят на КСО миллиарды из собственных средств. И все они — с государственным участием. При этом представители крупного бизнеса из частного сектора при значительно меньших сметах стараются привлечь к своей активности как можно больше внимания, поскольку в отсутствие гарантированных государством привилегий ставка делается на имидж и рекламу», — сказал Дмитрий Жарский.

Одним из сдерживающих факторов при развитии КСО является отсутствие каких-либо очевидных привилегий для компаний. Расходы на КСО и благотворительность не уменьшают налоговую базу при определении налога на прибыль, от НДС освобождаются только безвозмездно переданные товары и услуги. Если никаких льгот активность корпораций не дает, то и смысла от масштабных и дорогих проектов нет. «С государственным сектором все достаточно просто: крупнейшие российские компании с государственным участием в капитале выполняют достаточно серьезную социальную нагрузку в ключевых регионах своего присутствия, это же касается и крупнейших частных корпораций, занятых в добывающем и обрабатывающем секторах. Большинство моногородов существует за счет не столько муни-



ЗАБОТА ОБ ЭКОЛОГИИ ЯВЛЯЕТСЯ ОДНИМ ИЗ ТЕНДОВ КСО

ципальных, сколько корпоративных бюджетов градообразующих предприятий, которые за свой счет развивают инфраструктуру, строят школы и спортивные объекты, развивают жилищный фонд, дорожные сети, общественный транспорт. Происходит это не без участия государства: если государство и не может предоставлять налоговых льгот, то

это не значит, что за свою активность компания не получает вообще ничего. Понятно, что такие соглашения носят неформальный характер, а потому чаще всего объем инвестиций в КСО широко не афишируется. То есть в ряде случаев крупный бизнес выполняет социальные обязательства государства, замещая его в первую очередь в роли инвестора,

что вполне справедливо, поскольку бюджеты отдельных компаний в разы могут превосходить бюджеты регионов присутствия», — рассказал эксперт.

Как считает PR-специалист Александр Чичкин, корпоративно-социальная ответственность для компаний — важное и полезное направление. «Другое дело, насколько она работает в современной России. Сейчас КСО выглядит скорее формальностью, которую работодатель если и выполняет, то лишь для “галочки”», — уверен Чичкин. По его мнению, если крупные компании еще могут себе позволить масштабные проекты, то малый бизнес о КСО и не помышляет. «Многих больше занимают постоянные проверки и поборы, а также банальные попытки выжить. Если выжить все же получается, то некоторые компании все-таки находят силы и ресурсы на какие-либо благотворительные проекты. Но в случае с малым бизнесом речь идет в основном о личной гражданской позиции руководителя или отдельного сотрудника», — уверен эксперт. ■

КОРПОРАТИВНО-СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗАТРАГИВАЕТ РАЗНЫЕ СФЕРЫ, НА ПЕРВЫЙ ВЗГЛЯД МЕЖДУ СОБОЙ НЕ СВЯЗАННЫЕ, НО ОБЪЕДИНЕННЫЕ ОДНОЙ ЦЕЛЬЮ — ПОКАЗАТЬ ЛИЧНУЮ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ КОМПАНИИ В ТОМ, ЧТОБЫ ПОМОЧЬ ОКРУЖАЮЩИМ



КРУПНЫЕ КОМПАНИИ ФЕДЕРАЛЬНОГО МАСШТАБА ОТЛИЧАЮТСЯ СЕРЬЕЗНЫМИ ПРОЕКТАМИ, ДЛЯ КОТОРЫХ НЕОБХОДИМЫ СОЛИДНЫЕ ВЛОЖЕНИЯ. САМАРСКИЕ КОМПАНИИ СТРЕМЯТСЯ ВНОСИТЬ ПОСИЛЬНЫЙ ВКЛАД В РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВА.

В КОМАНДЕ ЧМ



Компания Coca-Cola только в ПФО реализует проекты в области КСО в 11 регионах. Компания оказывает поддержку инклюзивного спорта, реализует проекты в области защиты окружающей среды, образования и развития молодежи, оказывает помощь и проводит социальную адаптацию незащищенных слоев населения.

Значительная часть программ КСО в компании имеет формат социальных тимбилдингов. Это благоустройство сотрудниками городских парков и скверов в рамках проекта «Зеленые команды», очистка берегов Волги в рамках проекта «Живая Волга». Сотрудники устраивают праздник детям, находящимся на длительном лечении в больницах, а также воспитанникам детских домов во время традиционного «Рождественского каравана Coca-Cola».

В 2017 году более 4 тыс. сотрудников приняли участие в программах корпоративной социальной ответственности. В проекты также активно привлекаются студенты вузов, партнеры и клиенты. Так, в проекте «Живая Волга» в 2017 году приняли участие 52000 человек, а наиболее массовой программой КСО стали всероссийские соревнования по футболу «Кожаный мяч — Кубок Coca-Cola». В 2017 году в турнире приняло участие более 55000 подростков от 12 до 15 лет. Лучшие игроки 2017 года в эти дни принимают участие в матчах чемпионата мира по футболу в России в качестве подающих мячи.

ФУТБОЛ В ТRENDE

В «МегаФоне» открытые всероссийские соревнования по футболу среди команд детских домов и школ-интернатов «Будущее зависит от тебя» являются первым флагманским благотворительным проектом компании. В нем регулярно принимают участие спортсмены из детских домов Самарской области — Самары, Жигулевска, Сызрани, Новокуйбышевска, Чапаевска. В прошлом году команда из Поволжского филиала, а именно из Оренбургской области, в качестве победителя турнира отправилась в Лондон и посетила тренировку знаменитого английского футбольного клуба «Арсенал». В этом году турнир отметил лично президент России.

Спортивная тематика не ограничивается лишь футболом. В Республике Башкортостан «МегаФон» вместе с фондом «Молодость на-



ции» с 2014 года реализует проект «Воспитать чемпиона». За это время десятки детей были отмечены наградами, несколько тысяч ребят по всей республике получили сертификаты на покупку спортивного инвентаря для тренировок,

смогли начать заниматься на новых тренажерах и приняли участие в соревнованиях, несмотря на физические ограничения.

Особое внимание уделяется ребятам, воспитывающимся в детских домах. Разработанные для них программы нацелены на помощь в социальной адаптации, содействие семейному устройству, поддержку в выборе профессии, обучении и трудоустройстве. Еще одна важная программа — «Живем по-настоящему». Она помогает старшеклассникам из детских домов и школ-интернатов шести регионов страны подготовиться и самостоятельно реализовать социально значимые проекты по помощи инвалидам, престарелым людям, ветеранам войны, детям с ограниченными возможностями здоровья, животным.

КРЕПКИЕ ПРИЕМНЫЕ СЕМЬИ



Компания Amway со дня своего основания исповедует принципы корпоративно-социальной ответственности. Еще основатели компании решили, что определенный процент от прибыли они будут направлять на помощь детям. Сейчас фонд «В ответе за будущее» представляет собой единение бизнеса и некоммерческой организации, поскольку фонд — это некоммерческая организация, независимое юридическое лицо.

При выборе благотворительных и социальных программ в фонде определили, что действительно необходимо людям и встретит интерес у государства, клиентов, партнеров и прессы. Через подобные программы бизнес должен влиять на общественность и решать конкретные задачи.

Определив, что у многих детей, которых берут в приемные семьи, возникают проблемы с адаптацией, было принято решение сосредоточиться на проектах, призванных укрепить приемные семьи.

Проект действует уже на протяжении пяти лет, только в этом году было выдано 14 грантов. Став обладателями грантов, компании в том числе проходят обучение у высококлассных специалистов и могут в дальнейшем усовершенствовать свою предлагаемую программу.

Всего за 5 лет гранты получило порядка 112 организаций, было выдано 120 млн руб. В программе оказалось задействовано примерно 12 тыс. детей.