В ДИАЛОГЕ С ОБЩЕСТВОМ

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ (КСО) ПРИОБРЕТАЕТ ВСЕ БОЛЬШЕЕ ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА. РАСТЕТ ЧИСЛО КОМПАНИЙ, СТРЕМЯЩИХСЯ ПРИНОСИТЬ БЛАГО ОБЩЕСТВУ. МНОГИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ УЖЕ ДАВНО ПОНЯЛИ: ЗАБОТА О ПОТРЕБИТЕЛЯХ ТАКЖЕ ДЕЛАЕТ БИЗНЕС БОЛЕЕ УСПЕШНЫМ. В ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ ПОТРЕБИТЕЛЬ ЗАЧАСТУЮ ВЫБИРАЕТ ТОВАР, ИСХОДЯ ИЗ ТОГО, НАСКОЛЬКО СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕНЕН ЕГО ПРОИЗВОДИТЕЛЬ. В РОССИИ ЗАРУБЕЖНЫЕ КОМПАНИИ ДЕМОНСТРИРУЮТ ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОВОДИМЫХ ПРОГРАММ КСО: ОТ СОХРАННОСТИ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ ДО УЛУЧШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ ЛЮДЕЙ. САБРИНА САМЕДОВА

РАЗВИТИЕ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ

Особое внимание развитию корпоративно-социальной ответственности (КСО) уделяют присутствующие в России международные компании. Это неудивительно, поскольку то, что принцип КСО является залогом успешного бизнеса, на Западе осознали еще в конце прошлого века. В России о социальной ответственности бизнеса заговорили только в последние десять лет, поспособствовала этому глобализация. Крупные иностранные компании, пришедшие в Россию, задали тренд в этом направлении. Для них КСО в соответствии с международной трактовкой понятия — это ответственность за воздействие организации на общество и окружающую среду, включая экономические, социальные и экологические факторы. Постепенно к ним начали подключаться российские организации. В качестве примера активно реализующей на территории РФ программы устойчивого развития и КСО компании можно назвать международную табачную компанию «Филип Моррис Интернэшнл» (ФМИ). В 2017 году благотворительный бюджет ФМИ в России составил порядка 150 млн рублей. Благотворительная деятельность аффилированных компаний ФМИ в России началась с момента открытия первого офиса в Москве в начале 1990-х годов. ФМИ сосредотачивала усилия на поддержке социально-незащищенных групп населения (пожилых людей, людей с ограниченными возможностями) в регионах своего присутствия.

«Первые проекты предполагали предоставление гуманитарной помощи нуждающимся. Это были акции, призванные решить бытовые проблемы, обеспечить наших подопечных предметами первой необходимости или продуктовыми наборами, вручить подарки ветеранам Великой Отечественной войны ко Дню Победы. Также по всей стране поддерживался ряд реабилитационных центров для людей с ограниченными возможностями, в этих центрах устанавливали специальное оборудование»,— говорит управляющий по корпоративным вопросам региона «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» Анна Бушлякова.

Сейчас стратегия в области устойчивого развития компании включает в себя следующие направления: минимизацию воздействия на окружающую среду, борьбу с нелегальной торговлей сигаретами, защиту прав сотрудников и трудовых прав, помощь местным сообществам, в том числе благотворительные программы, направленные на развитие образования и предоставление экономических возможностей для улучшения качества жизни тех, кто в этом нуждается, развитие корпоративного волонтерства. Компания считает, что самым большим вкладом, которым она может сделать в сфере социальной ответственности, является снижение влияния курения на здоровье, поэтому свои усилия сосредотачивает на разработке инновационных продуктов с потенциально пониженным риском для здоровья потребителя.

КОНКУРС «БИЗНЕС-НАВИГАТОР» ОТ «РОССИЙСКОГО СОЮЗА ПРОМЫШЛЕННИКОВ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ» И ФМИ, ПРЕДУСМАТРИВАЮЩИЙ ГРАНТ В 1 МЛН РУБЛЕЙ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТА

По словам Анны Бушляковой, сейчас компания не только в России, но и на глобальном уровне реализует новый стратегический подход, ориентированный на долгосрочные проекты. «Мы стремимся к тому, чтобы наши социальные программы были долгосрочными, содействовали решению важных проблем общества в регионах присутствия компании и были созвучны целям устойчивого развития, объявленными ООН. Реализуя наши проекты, мы ведем эффективный диалог с профильными органами государственной власти, а также в партнерстве с влиятельными и эффективными российскими некоммерческими организациями. В этом году мы и издали в России первый отчет о деятельности в области устойчивого развития — это свидетельство системного подхода»,— поясняет госпожа Бушлякова.

Говоря о программах КСО, необходимо отметить важность комплексной оценки эффективности деятельности в этой сфере. Идущие в ногу со временем организации стараются убедиться в том, что инвестиции в благотворительность способствуют получению максимального социального эффекта для благополучателей. Так, в 2016 году фондом поддержки и развития филантропии «КАФ» было проведен анализ социального возврата на инвестиции (АСВИ) по программе «Статус: Онлайн», результаты которого позволили оценить воздействие программы на основных ее участников, а также в целом оценить ее эффективность.

Программа «Статус: Онлайн» была создана ФМИ и КАФ и представляла собой общефедеральную программу обучения компьютерной, финансовой и юридической грамотности пожилых и людей с ограниченными возможностями. Как показали результаты исследования, программа эффективна как с экономической, так и с социальной точки зрения. Проведенная оценка воздействия программы помогла также собрать необходимые данные для дальнейшего стратегического планирования и принятия решений о финансировании и распространении в новые регионы.

ОБЪЕДИНЯЯ УСИЛИЯ

Все более актуальным трендом в сфере корпоративно-социальной ответственности является развитие корпоративного волонтерства. Однако многие сетуют на большое количество разового стихийного добровольчества, к тому же для решения какой-либо социальной проблемы зачастую не хватает возможностей одной компании. Многие организации желают увеличить количество благополучателей, географию, расширить деятельность, но у них нет информации или достаточного количества волонтеров.

По этой причине было решено создать платформу, объединяющую усилия. Для этих целей был создан Национальный совет по корпоративному волонтерству (НСКВ). «ФМИ был одним из инициаторов создания совета. НСКВ создан 4 года назад для обобщения лучшего опыта реализации корпоративных добровольческих проектов, разработки и распространении лучших решений в этой сфере»,— объясняет госпожа Бушлякова. Площадка, объединяющая представителей более 30 наиболее активных отечественных и международных компаний, стала надежным партнером Министерства экономического развития РФ в реализации блока мероприятий по развитию добровольчества в корпоративном секторе в официальном плане мероприятий Года Добровольца в России. На сегодняшний день отделения Национального совета действуют в 7 регионах России. На их базе компании проводят совместные мероприятия, обмениваются опытом и делятся общими практиками, а активными участниками общественно значимых событий в городах и регионах присутствия компаний являются более 30000 корпоративных волонтеров. С учетом возрастающего внимания бизнеса к корпоративной социальной ответственности совет планирует расширить территорию присутствия, в том числе в Самарской области, а также увеличить число волонтеров. ■

ТЕРМИН «КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ» ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ МНОЖЕСТВО ПОНЯТИЙ: ОТ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ И ИНВЕСТИЦИЙ В СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫЕ ПРОЕКТЫ ДО ОСОЗНАНИЯ ТОГО, ЧТО КОМПАНИЯ НЕСЕТ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПЕРЕД ОБЩЕСТВОМ ЗА СВОЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ. ТАКОЙ ПОДХОД ПОЗВОЛЯЕТ БЛАГОПРИЯТНО ВЛИЯТЬ НА ОСНОВНЫЕ СФЕРЫ ЖИЗНИ СОЦИУМА И НА РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ САМИХ КОМПАНИЙ.