



КСО: ИНВЕСТИЦИИ В БУДУЩЕЕ

Российские компании все активнее инвестируют в корпоративную социальную ответственность.

Зачем нужна КСО

«Корпоративная благотворительность традиционно в России играет очень заметную роль как в денежном выражении, так и в плане влияния на повестку развития всего сектора благотворительности, — говорит директор благотворительного фонда развития филантропии «КАФ» Мария Черток (основан в 1993 году как представительство британского благотворительного фонда Charities Aid Foundation, CAF Россия. С 2012 года CAF становится учредителем российского Фонда поддержки и развития филантропии «КАФ»). По ее словам, крупнейшие нефтегазовые компании вкладывают около четверти от этого объема, это 100–120 млрд руб., остальные российские компании из топ-30 самых крупных — от 60 млрд до 100 млрд руб. в год. При этом в целом объем расходов на благотворительность в России вдвое меньше, чем в европейских странах.

Если же говорить о влиянии, то многие российские компании не просто поддерживают существующие инициативы благотворительных организаций, но и зачастую реализуют свои собственные масштабные программы, например в сфере культуры или образования.

Для компаний КСО становится важной частью повестки, связанной с устойчивостью бизнеса и управлением нефинансовыми рисками. Успешный бизнес требует лояльных сотрудников, благоприятной социальной среды вокруг производств, незапятнанной репутации и позитивной коммуникации с государственными органами. КСО отчасти помогает решать эти задачи.

По данным опроса «КАФ», 75% респондентов считают, что российские компании должны помогать поддерживать местные сообщества, в которых они работают, а 58% отмечают, что были бы более склонны покупать продукт или услугу у компании, которая жертвует на благотворительные цели или поддерживает местные сообщества. «Так что КСО действительно становится важным условием ведения бизнеса в России, что не может не радовать», — делает вывод Мария Черток.



Участники волонтерского проекта «Формулы хороших дел» СИБУРа за высадкой саженцев.

Социальная ответственность компаний важна не только потребителям, но и инвесторам. Оценивать ее уровень они могут с помощью специальных ESG-рейтингов (Environmental, Social and Governance), анализирующих экологические и социальные риски бизнеса и корпоративного управления компании. Инвесторы используют ESG-рейтинги, чтобы выявлять риски, возможности и определять устойчивость компании в долгосрочной перспективе. Оценки КСО-инициативам дают и эксперты. Так, степень информационной открытости «Металлоинвеста» была признана лучшей в отрасли и особо отмечена специалистами Всемирного фонда дикой природы (WWF). «Мы работаем в тесном контакте с администрациями городов и регионов, с местными сообществами, волонтерами и активными гражданами. Вносим свой вклад в решение тех вопросов, которые сегодня наиболее актуальны для жителей. Это улучшение качества жизни и создание комфортной среды, повышение доступности и уровня образования и здравоохранения, развитие спорта и культуры», – отметила Юлия Мазанова, директор по социальной политике и корпоративным коммуникациям УК «Металлоинвест».

УСПЕШНЫЙ БИЗНЕС ТРЕБУЕТ ЛОЯЛЬНЫХ СОТРУДНИКОВ, БЛАГОПРИЯТНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ СРЕДЫ ВОКРУГ ПРОИЗВОДСТВ, НЕЗАПЯТАННОЙ РЕПУТАЦИИ И ПОЗИТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ С ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ОРГАНАМИ. КСО ОТЧАСТИ ПОМОГАЕТ РЕШАТЬ ЭТИ ЗАДАЧИ

СИБУР видит большую роль нефтехимии в решении задач по климатической повестке. Кроме этого, развивает культуру

В соответствии с принятой СИБУРом Стратегией устойчивого развития до 2025 года

(https://www.sibur.ru/sustainability/docs/Strategy_Sibur_2025.pdf), компания уделяет особое внимание вопросам социальной политики и партнерства в регионах присутствия, формированию активных городских сообществ и корпоративного управления.

В конце 2020 года компания приняла Политику социальных инвестиций

(</upload/medialibrary/2e9/2e9b91881a204dc20ce9b4f7a8c4b63c.pdf>), в которой регламентирует управление, формирует задачи социальных программ, а также принципы работы и оценку эффективности. СИБУР осуществляет социальные программы в различных сферах: развитие городов, образование и спорт, охрана окружающей среды и культурные проекты. Программа «Формула хороших дел» объединяет грантовый конкурс, межрегиональные проекты и проекты по развитию волонтерства.

Компания вкладывает значительные ресурсы в обучение и профессиональный рост сотрудников: Создан инновационный образовательный центр нефтехимической отрасли «СИБУРИНТЕХ», который призван системно решить задачу повышения квалификации представителей индустриального сектора, профориентации и развития компетенций и навыков молодых специалистов. Кроме того, СИБУР развивает культуру равных возможностей в компании и фокусируется в своей деятельности на соблюдении прав человека на рабочем месте.

Благотворительность в России

Понятие социальной ответственности бизнеса появилось в США в 1950–1960-х годах, а в Россию пришло к середине 1990-х.

Преподавать программы КСО у нас начали только в 2000-х, основываясь на идеях, полностью сформированных на Западе.

Сегодня, по данным фонда «КАФ», российские компании, особенно крупные, не только не отстают, но тратят на благотворительные программы существенно больше, чем их иностранные коллеги. «Там бюджеты, как правило, не достигают 1% от прибыли, у нас они могут доходить до 5–8%, особенно в случае крупных градообразующих компаний, – объясняет Черток. – И это в условиях, когда до нынешнего года у нас отсутствовали какие-либо налоговые льготы для компаний, занимающихся благотворительностью».



Сегодня, по данным фонда «КАФ», российские компании тратят на благотворительные программы существенно больше, чем их иностранные коллеги.

Но важно не только учитывать размеры инвестиций, но и оценивать реальное социальное воздействие, уверен председатель совета благотворительного фонда «Нужна помощь» Митя Алешковский. До недавнего времени бизнес мог сделать пожертвование в некоммерческую организацию только из чистой прибыли, то есть после уплаты всех налогов, что было крайне невыгодно для бизнеса, не получавшего миллионные прибыли. Только в мае 2020 года Госдума приняла законопроект, который предлагает налоговые льготы для компаний, поддерживающих НКО. Вернулся отмененный в 2005 году налоговый вычет для бизнеса за участие в благотворительности, теперь пожертвование учитывается как расход, вычитается из выручки, и, таким образом, сокращается налогооблагаемая база.

СЕГОДНЯ, ПО ДАННЫМ ФОНДА «КАФ», РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ, ОСОБЕННО КРУПНЫЕ, НЕ ТОЛЬКО НЕ ОТСТАЮТ, НО ТРАТЯТ НА БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ СУЩЕСТВЕННО БОЛЬШЕ, ЧЕМ ИХ ИНОСТРАННЫЕ КОЛЛЕГИ

Тем не менее российский бизнес активно участвует в социальной повестке. Сегодня прогрессивные компании включают цели

СИБУР совместно с правительством Тюменской области и городской администрацией Тобольска уже несколько лет реализует комплексную программу развития инфраструктуры города «Тобольск 2020». В проектах участвует и топ-менеджмент компании. Председатель правления СИБУРа Дмитрий Конов в интервью ТАСС рассказал, что программа «стала возможна благодаря вкладу компании и в какой-то степени моему участию. В нее входит свыше 40 объектов. Открыты новая школа и детский сад, реконструирован ряд спортивных объектов, бассейны в детсадах. Программа рассчитана на несколько миллиардов рублей.

Это то, что можно пощупать руками. И не только мне, но и любому жителю города. Такие истории тоже помогают сохранять мотивацию для работы и удовлетворение от нее». Администрация Тобольска и правительство региона при поддержке СИБУРа уже приступили к разработке программы на следующие пять лет.

«Тобольск 2020»: программа развития городской инфраструктуры.

Проекты КСО крупного бизнеса

Mars: отталкиваться от ценностей компании

Ключевые направления благотворительности в компании связаны с помощью приютам для домашних животных, продовольственной безопасностью, поддержка местных сообществ и экология.

СЕГОДНЯ ПРОГРЕССИВНЫЕ КОМПАНИИ ВКЛЮЧАЮТ ЦЕЛИ ПО ВОЛОНТЕРСТВУ В ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ПЛАНЫ РАЗВИТИЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ, НЕ ОГРАНИЧИВАЯСЬ ПРОСТЫМ ТРАНСФЕРОМ ДЕНЕГ, А АКТИВНО ВОВЛЕКАЯСЬ В СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

«Мы – хороший сосед, и это наш вклад в добрососедские отношения, – рассказывает генеральный директор «Mars Wrigley Россия» Махер Батруни. – Например, много лет подряд в Ступине, Санкт-Петербурге, Одинцове, Ульяновске мы проводим акцию «Помоги собраться в школу», передавая канцелярию и школьные принадлежности многодетным и малообеспеченным семьям в преддверии 1 сентября. В этих городах располагаются наши заводы и живет большое количество наших сотрудников».

В 2020 году компания приняла участие в борьбе с последствиями пандемии. Mars выделила \$20 млн на борьбу с пандемией в мире и 50 млн руб. в России на помощь наиболее нуждающимся категориям населения и домашним животным, а также медицинским работникам.

Много лет Mars сотрудничает с фондом продовольствия «Русь» и на регулярной основе передает продукцию нуждающимся, вместе с торговой сетью «Лента» несколько лет поддерживает детский хоспис в Санкт-Петербурге, а вместе с Danone участвует в Лиге ответственного потребления, в рамках которой рассказывает, что это такое и как утилизировать производственные отходы. Махер Батруни объясняет: «Видение нашей компании – «Будущее начинается с того, как мы ведем бизнес сегодня». Практики устойчивого развития, внимание к обществу – это основа стабильности бизнеса в будущем. Мы замечаем, что для растущего числа наших потребителей важно, что за компания производит продукт, где она берет сырье, как в ней относятся к соблюдению прав человека. Для наших потенциальных сотрудников также все более важна социальная позиция компании, в которой они работают или хотят работать».



Mars выделяет средства на помощь и людям, и домашним животным.

КПМГ: действовать умно

Основное направление КСО-повестки международной компании как сервисного бизнеса (аудиторские, налоговые и консультационные услуги) – поддержка профессиональных услуг для уязвимых детей из групп социального и биологического риска.

У КПМГ есть корпоративный благотворительный фонд, созданный, по словам старшего менеджера группы корпоративной социальной ответственности КПМГ в России и СНГ Юлии Богдановой, «чтобы усиливать влияние в социальной сфере и способствовать развитию лучших программ в этой области в нашей стране». Также через фонд компания поддерживает сервисных провайдеров – НКО, которые сами оказывают услуги таким детям. Например, Центр лечебной педагогики, фонды «Большая перемена», «Волонтеры в помощь детям-сиротам».

У КПМГ средний для рынка бюджет инициатив КСО. Например, программа «Уверенное начало», рассчитанная на 90 детей, стоит компании 22 млн руб. в год. Гиганты рынка тратят на благотворительность в разы больше. Но для КПМГ это оправданные расходы. Основная статья затрат – зарплаты специалистов и инвестиции в их развитие. «Мы идем в логике социальных проблем. Мы не помогаем просто детям, каким бы то ни было. Мы четко понимаем причинно-следственную связь внутри проблемы, которую хотим решить, стараемся работать на разных этапах, в идеале двигаясь в сторону профилактики. Увы, наша страна драматически отстает во всем сегменте наук о человеке, а значит, и во всех социальных технологиях. Поэтому так важно бизнесу действовать умно», – объясняет Богданова.



Через корпоративный благотворительный фонд КПМГ поддерживает сферу услуг для уязвимых детей из групп социального и биологического риска.

ИКЕА: нести ответственность перед обществом и планетой

Миссия шведского мебельного гиганта – изменить к лучшему повседневную жизнь многих людей по всему миру, указано на сайте компании. Российская ИКЕА сфокусировалась на экономике замкнутого цикла, заботе об окружающей среде и ответственном потреблении, и поэтому создает больше, чем в других странах, циклических межсервисов, то есть таких, которые помогают покупателям избавляться от отходов. Есть сервисы по приему использованных батареек, лампочек, домашнего текстиля. В сентябре компания запустила сеть сервисов, связанных с мебелью: починка, заказ запчастей, платформа по перепродаже мебели и отправлению ее на благотворительность. «Мы стараемся помогать нашим покупателям соблюдать правило трех R: Reduce, Reuse, Recycle, то есть сокращение, повторное использование и переработка отходов. Также мы собираемся много вкладываться в то, как создаются наши товары. Мы собираем отходы, направляем их в начало процесса и производим из них нашу продукцию. В целом у нас около 10% всего ассортимента сделано из переработанных материалов. Это высокий показатель, и мы хотим двигаться к тому, чтобы он рос», – объясняет Наталья Бенеславская, руководитель отдела по устойчивому развитию и защите окружающей среды.

Такие проекты хорошо окупаются. В российских магазинах ИКЕА сегодня 72% отходов отправляется на переработку – за счет этого (на продаже вторсырья за вычетом расходов на вывоз остатков для утилизации) компании удается получать около 40 млн руб. чистой прибыли в год.



Российская ИКЕА сфокусировалась на экономике замкнутого цикла, заботе об окружающей среде и ответственном потреблении. Фото: ikea.com

«Яндекс»: помогать рядом

В конце марта, в разгар первой волны пандемии, «Яндекс» запустил проект «Помощь рядом», который объединил поездки для медиков и сотрудников некоммерческих организаций, бесплатное тестирование на коронавирус на дому и социальную доставку продуктов для тех, кто не может выйти из дома.

Еще одной важной задачей было сокращение рисков для курьеров, сотрудников ресторанов, водителей и клиентов. «Яндекс» закупил для них маски, перчатки, санитайзеры, спиртовые салфетки для рук и термосумок, а также оказывал поддержку водителям и курьерам, которые заболели коронавирусом или попали на карантин, вследствие чего временно остались без работы. Пункты дезинфекции автомобилей появились не только для машин, которые работали для «Помощи рядом». Любой водитель, который выполняет заказы сервиса «Яндекс Go», может приехать и быстро провести дезинфекцию автомобиля, всего таких пунктов более 150 по всей стране.

Во время пандемии возросла значимость образовательной инициативы «Яндекса», направленной на улучшение образовательной среды с помощью технологий. Весной в «Яндексе» запустили онлайн-уроки в «Яндекс.Школе», где школьники с 9 до 14 часов могли учиться по 15 предметам. Эти уроки посмотрели свыше 4 млн раз. Также компания сделала специальные курсы для учителей, чтобы помочь им с переходом на дистанционную работу.



«Помощь рядом» помогает медикам и сотрудникам НКО выехать к людям, которые не могут выйти из дома. Фото: Виталий Тимкив/РИА Новости

Формула СИБУРа

Принципы корпоративной социальной ответственности и благотворительности в СИБУРе закреплены меморандумом. Расширяется корпоративная благотворительная программа «Формула хороших дел» (она действует в 16 ключевых городах присутствия компании и охватывает шесть приоритетных сфер: развитие городов, образование и науку, спорт и здоровый образ жизни, охрану окружающей среды, культуру и волонтерство).

Chief Executives for Corporate Purpose (CECP) – коалиция глав компаний, поддерживающих развитие социальной стратегии, представила международное исследование, где в качестве примера российских практик приводит «Формулу хороших дел», партнерство с регионами и работу с общественными советами. Авторы отмечают, что СИБУР является крупным работодателем и инициатором социальных программ в городах России, обеспечивает занятость для жителей и стремится обеспечить всестороннее развитие в ключевых сферах местной жизни.

«Формула хороших дел» СИБУРа действует в 16 городах присутствия компании.

В 2020 ГОДУ В «ФОРМУЛЕ ХОРОШИХ ДЕЛ» БЫЛО РЕАЛИЗОВАНО 111 ПРОЕКТОВ В ОБЛАСТИ ОХРАНЫ ПРИРОДЫ, КУЛЬТУРЫ, СПОРТА, ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ, ВОЛОНТЕРСКОГО ДВИЖЕНИЯ, РАЗВИТИЯ ГОРОДСКИХ ПРОСТРАНСТВ. ПОЛОВИНА ПРОЕКТОВ В СФЕРЕ «ОХРАНА ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ» БЫЛА НАПРАВЛЕНА НА РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРЫ СБОРА И ПЕРЕРАБОТКИ ОТХОДОВ

В 2020 году на конкурс социально значимых проектов было принято 489 заявок. Лидером по количеству заявок вновь стал Тобольск (83). Второе место занял Благовещенск (Амурская обл.), в котором грантовый конкурс проходил впервые (52 заявки). Третьим стал Томск (47 заявок).

В прошедшем году было реализовано 111 проектов в области охраны природы, культуры, спорта, образования и науки, волонтерского движения, развития городских пространств. Половина проектов в сфере «Охрана окружающей среды» была направлена на развитие культуры сбора и переработки отходов. 3,5 т отходов были собраны в Тобольске в рамках квестов «Чистые игры». 14 проектов включали использование цифровых технологий и обучение им.

Волонтеры программы участвовали в 20 акциях, среди которых «Марафон хороших дел» к 75-летию Победы, а также помогли собрать в школу 852 школьника. Помощь была оказана ребятам, оказавшимся в сложной жизненной ситуации. Добровольцы программы в Томске опекали приют Dog House (животные получили новые вольеры). В Красноярске студентами Сибирского федерального университета собрали 2 т отходов, из которых 1,2 т было отправлено в переработку. В Свободном благодаря участникам программы построена площадка для пляжного волейбола.

В феврале 2021 года программе исполнилось пять лет. За эти годы в рамках «Формулы хороших дел» реализованы более 130 межрегиональных проектов. Это стало возможным благодаря взаимодействию СИБУРа с такими партнерами, как Государственный Театр Наций, Фестиваль-школа «Территория», Единая лига ВТБ, Фонд поддержки спорта и правопорядка, проект «Умная Москва», и другими. Всего в рамках программы прошло более 6000 мероприятий, их участниками стали свыше 230 000 человек.

В планах на текущий год – поддержка 126 проектов в 15 городах России. Одно из приоритетных направлений – охрана окружающей среды. Поддержка социальных проектов экологической тематики дополняет активную политику СИБУРа в сфере устойчивого развития.



В «Марафоне хороших дел» к 75-летию Победы прошло 20 акций с помощью волонтеров.

«Опыт 2020 года показал, что постоянное сотрудничество имеет ключевое значение для развития социальной среды. Благодаря скоординированным действиям всех участников программы нам удалось не только обеспечить реализацию текущих проектов, но и продолжить системную работу в сфере регионального развития. Активное взаимодействие с местным сообществом остается для компании основным приоритетом в сфере социальных инвестиций. Убежден, что в 2021 году продолжится интересная и насыщенная работа на благо городов и регионов деятельности компании», – подчеркнул Станислав Каспаров, директор обеспечения поддержки бизнеса в регионах присутствия СИБУРа.

Источник (<https://www.forbes.ru/forbeslife/416541-zachem-rossiyskie-kompanii-vkladyvayut-millions-v-korporativnuyu-socialnuyu>)