



ИРИНА ПЕЛЯВИНА,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

ОТВЕТСТВЕННЫЙ БИЗНЕС

Корпоративная социальная ответственность — термин, который только входит в обиход региональных компаний. Сегодня предприятиям важно отчитываться не только о своих производственных успехах, но и о добровольно взятых обязательствах перед своими сотрудниками и обществами. Это, например, могут быть преференции для своих сотрудников, дополнительные социальные обязательства по развитию территории присутствия компании или корпоративное участие в благотворительных акциях. Не всегда такие обязательства связаны с дополнительными затратами. Так, например, некоторые компании, благодаря сплоченности и неравнодушию сотрудников, могут массово стать донорами костного мозга или крови. Но чаще речь идет, конечно, о финансах. Хотя и эти затраты в итоге окупаются. Например, вложения в сотрудников позволяют сохранять на предприятии квалифицированный персонал. Участие в благотворительных акциях становится частью хорошей PR-стратегии компании. Но в текущей финансовой ситуации очевидно, что позволить себе КСО могут только стабильные компании во главе с неравнодушными руководителями.



БЛАГОТВОРИТЕЛЬНАЯ АКЦИЯ «ТЕПЛЫЙ ЗАБЕГ» В ПРОШЛОМ ГОДУ ОБЪЕДИНИЛА ОКОЛО 1,5 ТЫС. БЕГУНОВ И ПОМОГЛА СОБРАТЬ БОЛЕЕ 1 МЛН РУБ.

В Пермском крае зарегистрировано несколько десятков благотворительных организаций. Задачи они себе ставят очень разные: помощь больным — как детям, так и взрослым. Существуют специализированные фонды помощи людям с конкретными заболеваниями — онкологическими, сердечно-сосудистыми. Действуют организации, помогающие людям в тяжелой жизненной ситуации, детям-сиротам и детям, оставшимся без опеки, малоимущим семьям. Есть довольно активные организации, которые можно объединить словом «зоозащитные».

По оценке Высшей школы экономики, обнародованной в исследовании деятельности некоммерческих организаций (НКО), в России «живы»

только 10–15% из зарегистрированных НКО, а из них активно ведут свою деятельность лишь около 3%. Главной проблемой, ограничивающей активность НКО, считают в ВШЭ, является недостаток финансирования. По информации авторов данного исследования, объем средств, выделяемых из федерального бюджета и только на поддержку социально ориентированных НКО, в 2012–2015 годах вырос с 4,7 млрд до почти 10 млрд руб.

При этом, согласно исследованию ВШЭ, вовлеченность населения в эти процессы растет: доля россиян, осуществляющих денежные пожертвования, за 10 лет выросла с 44 до 57%. Отчасти это связано с развитием технологичности сектора НКО: все чаще пожертвования осуществ-

ляются с помощью СМС (1% опрошенных в 2010 году и 15% в 2017-м). Наиболее частой формой благотворительности остается милостыня, подаяние (36% опрошенных).

Зная специфику работы некоммерческого сектора, авторы исследования утверждают — жить, опираясь только на один источник, невозможно. НКО пытаются задействовать несколько источников ресурсов. Чаще всего это два-три источника (41% опрошенных), иногда четыре и более (23%).

Координатор фонда «Дедморозим» Инна Бабина рассказала, что финансирование деятельности организации складывается из трех источников: пожертвований физических и юридических лиц, а также субсидий и грантов. Так, по итогам

**СУБСИДИИ, ГРАНТЫ,
КОРПОРАТИВНЫЕ ПОЖЕРТВОВАНИЯ
ПОЗВОЛЯЮТ РАЗВИВАТЬ
В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ СИСТЕМНЫЕ
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ**

