

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Михаил Медведев: «Формируем будущую общественную среду»

Ответственность бизнеса перед обществом — в его стабильном развитии, что гарантирует создание новых рабочих мест и налоговые поступления в бюджет, а по большому счету — формирование будущей общественной среды, считает **Михаил Медведев**, генеральный директор ГК «ЦДС».

— **экспертное мнение** —

— **Социальная ответственность бизнеса — то, о чем много говорят, каждый раз вкладывая свой смысл. Что означает это понятие для вас?**

— Цель любого бизнеса — получение прибыли: собственно, для этого он и создается. В этом контексте социальная ответственность бизнеса представляется не чем иным, как четким выполнением поставленных изначально задач как можно более эффективно и рационально.

Если говорить конкретно о ГК «ЦДС», компании, более 16 лет занимающейся строительством жилья в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, то из года в год мы стремимся к созданию все более совершенной модели бизнеса, позволяющей строить оптимальное для нас количество качественного, конкурентоспособного, востребованного на рынке жилья. Мы регулярно пополняем свой земельный банк, проектируем новые объекты, наращиваем объемы строительства. В этом году планируем сдать около 500 тыс. кв. м жилья, выполняя свои обязательства перед партнерами и клиентами.

По сути, в практике любого успешного бизнеса возникает синергетический эффект, имеющий значение для общества в целом (в строительной отрасли он, пожалуй, гораздо заметнее, чем во многих других). Речь о том, что развитие строительной отрасли означает и существенные налоговые поступления в бюджеты всех уровней, и удовлетворение спроса на жилье, который в нашей стране сохраняется и при позитивных, и при негативных тенденциях в экономике. Наконец, нормальное функционирование предприятий и организаций строительной отрасли гарантирует сохранение существующих и создание новых рабочих мест. По самым скромным оценкам, деятельность одного строителя обеспечивает занятость пяти-восьми человек в смежных отраслях.

Особенно важно, по моему мнению, то обстоятельство, что развитие строительства не зависит напрямую от наличия или отсутствия государственной поддержки, поскольку государство — далеко не единственный заказчик.

— **То есть во внимании государства строительный комплекс не нуждается?**

— Нуждается в том смысле, что поддержка любой отрасли стимулирует параллельное развитие как экономики, так и социальной сферы. С другой стороны, если правитель-

ство четко даст понять бизнесу, что развитие строительства, в частности жилищного строительства, входит в число приоритетных направлений (наряду с оборонной промышленностью и сельским хозяйством, в отношении которых такое понимание уже есть), — разумеется, это станет ошущим драйвером для рынка.

— **В таком случае, какой должна быть государственная поддержка?**

— Уверен, что меры поддержки должны быть направлены, с одной стороны, на стимулирование потребительского спроса, а с другой — на дальнейшее снижение административных барьеров: и то, и другое будет способствовать увеличению объемов рыночного предложения и, в конечном счете, повышению доступности нового жилья для граждан. — **Бесспорно, забота о гражданах — сфера ответственности государства. Однако ЦДС вот уже пять лет организует конкурс «Звезда удачи», а этот проект к числу профильных активов никак не отнести. Как творческий конкурс, к тому же рассчитанный на детско-юношескую аудиторию, соотносится с тем определением социальной ответственности бизнеса, которое вы дали в начале разговора?**

— Да, «Звезда удачи» — конкурс некоммерческий, и мы не преследуем рекламных целей. Участие в конкурсе бесплатное абсолютно для всех возрастных категорий, а номинаций столько, что практически любой ребенок может представить публике что-то интересное и получить свою долю признания, не говоря уже о подарках и призах. Хотя, наверное, не в призах дело. Для меня как организатора важно, что «Звезда удачи» вдохновляет молодежь, возможно, наших будущих клиентов, на дальнейшее творческое развитие, а для кого-то становится и судьбоносным событием. Часть конкурсантов решили стать профессионалами в том виде искусства, в котором они получили высокую оценку жюри и признание публики.

Между прочим, участников оценивает профессиональное жюри, для которого работа на «Звезде удачи» — тоже проявление социальной ответственности. А призы и подарки помогают подготовить наших партнеров — другие бизнес-структуры. Как видите, и здесь налицо синергетический эффект, о котором я уже говорил.

Работая с очень большой аудиторией конечных потребителей, мы должны доносить информацию о себе, чтобы процесс поступательного развития компании и ее участия (в



ФОТО: А. КОЗЛОВ

силу реализации своих бизнес-задач) в жизни общества не останавливался. Тем более информацию о таком проекте, как «Звезда удачи», который за пять лет своего существования постоянно трансформировался, совершенствовался и расширял диапазон своих возможностей. Сегодня «Звезда удачи» — конкурс всероссийского масштаба, проходящий при поддержке нескольких профильных комитетов Смольного: комитета по образованию, комитета по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями. Всего с начала проведения «Звезды удачи» в конкурсе приняли участие

около 3 млн человек, а география конкурсантов сегодня включает даже Дальний Восток.

— **В нынешнем году «Звезда удачи» продолжает обновляться?**

— Да, впервые мы открыли летний сезон, решив сделать более интересными и насыщенными каникулы школьников, а также студентов. Мы впервые пригласили к участию студентов любого возраста при наличии у них студенческого билета. С недавнего времени мы выделили в особую номинацию работы студентов, обучающихся в профильных вузах: архитектурных, строительных. Это еще одно доказательство того, что про-

ект «Звезда удачи» отчасти входит в наши «профильные активы»: вполне может быть, что через несколько лет один из нынешних участников-профи станет полноправным сотрудником нашей проектной организации. А из этого логично следует, что, по сути, «Звезда удачи» — наш вклад в формирование будущей общественной среды путем формирования общественного сознания сегодня.

— **А как трансформировались ваши собственные представления о том, какой должна быть общественная среда?**

— В своей основе эти представления за последние восемь лет не изменились. В 2008 году мы разработали и утвердили корпоративный стандарт качества «Базовый комфорт» («БК-стандарт»), и с тех пор базовые характеристики только дополнялись. Например, появились более жесткие стандарты технического оснащения квартир. Их не может быть бесконечно много: мы все-таки строим жилье, а не сложные механизмы, к тому же это жилье массового сегмента, а значит, оно должно быть потенциально доступным для большого круга потребителей. Поэтому к стандартам, которые ошущим повышают себестоимость строительства (в том числе фасадное остекление или выравнивание стен), мы пришли не сразу и после скрупулезных расчетов. Но, с другой стороны, есть масса возможностей улучшить потребительские свойства продукции без серьезных затрат за счет апробированных инженерных и проектных решений, выработанного фирменного стиля в оформлении мест общего пользования, открытых общественных пространств. Все это также заложено в идеях «БК-стандарт». И, конечно, сохраняется значение качества самих строительных работ, которое может повышаться бесконечно благодаря внедрению системы внутреннего контроля качества, применению строительных материалов только надежных производителей.

— **Есть ли в ваших планах модернизация структуры самой ГК «ЦДС» для более эффективной реализации положений концепции «БК-стандарт» на практике?**

— Если, говоря о модернизации структуры, вы подразумеваете систему управления, то я сторонник той точки зрения, что чем она проще, тем эффективнее менеджмент. Это не исключает возможности внедрения инноваций, но задает их качественные характеристики: новшества не должны усложнять существующую систему. Например, не так давно мы начали переводить систему внутреннего документооборота с бумажного на электронный, автоматизировали инвесторский контроль на объектах. По моему мнению, как публичная компания (в том смысле, что наши потребители — население) мы просто обязаны делать все для большей прозрачности и управлениями бизнес-процессов. Если хотите, это тоже часть нашей социальной ответственности.

Яна Гусева

Не терять человеческое лицо

— **опрос** —

С13 «Что для вас означает социальная ответственность бизнеса?»

СВЕТЛАНА ПРУДНИКОВА, руководитель отдела кадрового учета компании «Интеркомм»:

— Исправная уплата налогов и соблюдение законов еще не означают, что компания представляет собой социально ответственный бизнес. Это первая ступень. На следующей ступени стоит внутренняя ответственность бизнеса перед своими сотрудниками, выражающаяся в профессиональном развитии персонала, обеспечении безопасных условий труда, дополнительных социальных льготах (ДМС, корпоративные пенсии). Высшая ступень — добровольный отклик работодателя на социальные проблемы. Это различные формы ответственности перед обществом (забота о здоровье населения, решение экологических вопросов, защита интересов потребителей, благотворительность).

ВЛАДИМИР КНЯЖИЦКИЙ, генеральный директор ГК «Фаст Лейн» в России:

— Социальная ответственность бизнеса — это не марксистский подход к бизнесу. Когда бизнес является не исключительно инструментом зарабатывания капитала, но и ставит своей задачей сделать мир лучше. Разумеется, это тонкая грань, где надо поступиться основополагающими принципами бизнеса, и каждый предприниматель определяет ее сам. У меня есть примеры, когда излишняя социальная ответственность собственника бизнеса приводила к разорению предприятия. Поддержание верного баланса — вопрос совести, опыта и порядочности предпринимателя.

ДМИТРИЙ ПАНОВ, генеральный директор ГК «Доверие»:

— В России исторически сложилась традиция на всякий случай не доверять бизнесу. На этом фоне практически во всех социальных проектах, реализуемых предпринимателями, люди обязательно ищут коммерческую подоплеку. Однако подходы к ведению бизнеса

давно изменились, и к вопросам социальной ответственности многие предприниматели подходят более чем серьезно. Пришло осознание, что забота о сотрудниках, клиентах — не дань моде, а образ мышления, и в первую очередь — катализатор для развития собственного дела. Поэтому для меня термин «социальная ответственность» подразумевает одно — доверие между всеми участниками процесса — клиентами, партнерами и властью.

ДМИТРИЙ МРАМОРОВ, генеральный директор компании «СКБ Контур»:

— Ответственность за качество жизни людей, с которыми мы работаем, развитие профессионального сообщества и забота о тех местах, где мы живем. Например, в IT всегда нужны крупные программы. Можно «пылесосить» рынок, просто забирая себе сильных кандидатов, — нива быстро иссякнет. А можно запустить образовательные проекты, создавать сильное сообщество. Эта «питательная среда» позволяет развиваться студентам и мотивирует тех, кто только определяется с вузом, остаться в регионе. В этом — наша социальная ответственность. Сотрудникам мы помогаем гармонично сочетать труд и отдых, как бы пафосно это ни звучало. Нам важно, чтобы сотрудники работали с удовольствием, были здоровы и получали положительные эмоции.

СЭНДЗАКИ МАСАФУМИ, генеральный директор завода Hitachi в России:

— В рамках корпоративной социальной ответственности компании мы стремимся уменьшить воздействие на окружающую среду. Примеры действий: борьба с глобальным потеплением, успех которой можно обеспечить выпуском новой продукции, более щадящей для экологии; контроль использования химикатов в соответствии с регламентами; финансовая поддержка и непосредственное участие в различных экологических акциях. В России мы активно принимаем участие в экологических акциях, благотворительных проектах, также сотрудничаем с местными образовательными учреждениями. Важную роль в КСО мы также отводим созданию благоприятной и мотивирующей рабочей обстановки для своих сотрудников: для этого организуем посто-

янное обучение, корпоративные мероприятия, а также создаем комфорт на работе. Главной целью в этом направлении для нас является самореализация и саморазвитие сотрудников посредством работы.

ИГОРЬ РОГУЛИН, генеральный директор компании «БИГ Реал Эстейт»:

— Основная цель любого бизнеса — получение прибыли, при этом не стоит забывать, что бизнес неотделим от социума, поэтому любой компании или корпорации, идущей к своей цели, нужно помнить, в том числе, и об интересах общества. Кроме выполнения своих обязательств перед своими сотрудниками (выплата зарплата, налогов, обучение), бизнес должен активно принимать участие в благотворительной деятельности и программах социальной защиты. Социальная ответственность — это, кроме всего прочего, создание положительного имиджа компании. Важно, чтобы желание участвовать в социальной жизни для компании формировалось самостоятельно, а не навязывалось государством.

АЛЕКСАНДР БРЕГА, генеральный директор инвестиционно-строительной компании «Мегалит»:

— Это личный вклад предпринимателя в развитие нашего общества, в наиболее проблемные его сферы — здравоохранение, охрану окружающей среды, помощь детям, ветеранам, деятелям культуры и многое другое. По сути, это добровольное дополнительное налогообложение с четким осознанием того, что финансы будут направлены в конкретное русло, а адресная помощь достигнет тех, кто ощущает в ней острую потребность. К сожалению, у государства не всегда хватает средств и внимания на решение некоторых социальных проблем, и тут на помощь приходит отзывчивый бизнес, берущий на себя эту естественную нагрузку на благо общества.

ОЛЬГА ШАРЫГИНА, управляющий директор департамента управления активами и инвестициями (Asset Management) NAI Becar:

— Социальная ответственность бизнеса — стремление не только заработать, но и привнести что-то полезное в общество. Есть



ФОТО: А. КОЗЛОВ

Поддержка детского спорта — популярный сегодня тренд. На церемонии открытия третьего филиала школы бокса Николая Валуева на базе лицея № 590 Красносельского района

навязанная социальная ответственность: социальная нагрузка на девелоперов, которые занимаются строительством жилья. Что касается остальных сегментов бизнеса, то можно придумать миллион вариантов, как улучшить социальную жизнь вокруг. Например, если бизнес связан с товарами для детей, можно помогать больным детям. Если речь идет о бизнесе, который направлен на загрязнение окружающей среды, например, производство пластика или полиэтилена, то социальная ответственность таких компаний может заключаться в спонсировании акций по очищению морей или озер. Вариантов множество.

ЮЛИЯ КРЫЛОВА, партнер, представитель One & Only Realty в России:

— Для меня само словосочетание «социальная ответственность бизнеса» означает призыв не терять человеческое лицо. Бизнес — мощнейшая сила, способная загнать людей в рабство и создать пропасть между обеспе-

ченными людьми и малообеспеченным слоем общества еще больше. Как в кино — люди, создавая мощные машины, страдают от них сами. Так и в бизнесе — направляя его на достижение основной цели, люди иногда «зомбируются» и не замечают побочных негативных эффектов, которые возвращаются бумерангом в будущем к ним же и их близким. Многим западным компаниям удалось перевести социальные проекты из разряда обременений в обоюдовыгодные проекты. Хотелось бы, чтобы это действительно было так и не зависело ни от размера компании, ни от специфики ее деятельности.

ТИМУР НИГМАТУЛЛИН, финансовый аналитик ГК «Финам»:

— Как правило, в РФ под социальной ответственностью бизнеса понимают программы для сотрудников, включающие в себя дополнительное пенсионное страхование, льготные кредиты (для банков), трудоустройство людей с ограниченными возможностями, разного рода благотворительность. С одной стороны, это снижает текучесть кадров и улучшает бренд и имидж компании. С другой стороны, зачастую корпорации получают многочисленные экономические преимущества (налоговые вычеты, субсидии), связан-

ные с национальным законодательством той страны, где ведется деятельность.

ИРИНА ДОБРОХОТОВА, председатель совета директоров компании «Бест-Новострой»:

— С помощью нашей компании люди находят жилье. Очень часто для них это первая и единственная крупная покупка в жизни. Поэтому для нас социальная ответственность — сделать так, чтобы люди были благодарны, рекомендовали нас друзьям и знакомым.

ЕВГЕНИЙ БОГДАНОВ, основатель и директор по развитию финансового проектного бюро Ruptur:

— Социальная ответственность бизнеса включает в себя заботу о развитии, здоровье и благосостоянии сотрудников компании. Она также подразумевает распределение части прибыли организации на благотворительные нужды. Крупные компании должны участвовать в различных социальных проектах. Например, они могут способствовать подключению интернета в отдаленные регионы России, чтобы учащиеся сельских школ могли получать образование и общаться с людьми из других городов.