


SUSTAINABLE BUSINESS

– ваш надежный партнер в мире устойчивого развития

Интервью с генеральным директором ООО «Итгаз» — Денисом Шилихиным

Генеральный директор ООО «Итгаз» Шилихин Денис Владимирович — о роли корпоративной социальной ответственности в деятельности компании.

Денис Владимирович, каким образом Ваша компания узнала о корпоративной социальной ответственности?

Наше Предприятие фактически с начала своей деятельности придерживалось принципов КСО. Сегодняшняя задача — формализация и систематизация процесса.

Группа Предприятий «Интер-Термогаз», при финансовой поддержке её самого крупного бренда ИТГАЗ, всегда уделяла особое внимание поддержке и развитию сотрудников группы. Что же касается внешних проектов, то активно мы начали их реализацию около пяти лет назад. Формализовать свою социальную активность мы приняли решение только в начале 2015 года, и прежде всего делаем мы это для своих сотрудников, которых в Группе Предприятий более 200 человек. Важно, чтобы каждый знал и понимал философию Предприятия, был по мере своих возможностей и компетенций вовлечен в решение общих задач.

Почему Вы решили сделать КСО частью бизнес-стратегии Вашей компании? Кто занимался разработкой стратегии?

Формализованная политика КСО позволяет сохранить стабильность коллектива и может являться уже инструментом повышения статуса предприятия в глазах Заказчиков.

Стратегия КСО является логическим продолжением стратегических целей развития всей Группы Предприятий, поэтому и сама стратегия КСО разрабатывается высшим руководством предприятия. Сейчас мы идём по пути внедрения её формальной стороны.

Какие приоритетные направления в области КСО Вы выделяете?

На настоящий момент ООО «Итгаз» реализует свою социальную миссию в трех направлениях: детский спорт, культура и экология.

Первый масштабный для нас проект — строительство физкультур-досуг-центра «КРАПИВИН», открытого летом 2013 года. ФДЦ «КАПИВИН» — это спортивное воспитание детей и подростков, а также организация их досуга в кружках комплекса. На его территории постоянно проводятся крупные областные соревнования, работают многочисленные спортивные секции.

2015 год мы полностью посвящаем комплексной реставрации объекта культурного наследия регионального значения «Жигулёвские пивные склады» 1890 г. Для сохранения архитектурной концепции было принято решение приспособить здание под лофт общей площадью 1000 кв.м. — творческое пространство для работы и развития предпринимателей Волгограда.

Что же касается заботы об окружающей среде, то, прежде всего, это находит отражение в соответствующей организации и обеспечении производственных процессов нашего Предприятия: от приобретения и использования оборудования, которое позволяет осуществлять работы, не оказывая негативного воздействия на окружающую среду, до строительства собственных источников теплоснабжения для обеспечения высокой энергоэффективности производства.

Как отразился кризис на реализации стратегии КСО Вашей компании? Какие проблемы возникают? Какие действия Вы принимаете для решения проблем?

Кризис, прежде всего, отразился на экономических инструментах реализации политики КСО.



В свою очередь, мы решили сфокусироваться на человеческом капитале нашего Предприятия. Вовлеченность сотрудников и приверженность общей идее — самый эффективный ресурс для реализации проектов. Однако и он исчерпаем. Поэтому понимание и «принятие» КСО коллективом не может быть явлением разовым. Уровень достаточной вовлеченности требует постоянной работы и поддержки. Сегодня для нас это основной инструмент борьбы с кризисом — фокус на сотрудников предприятия, на корпоративные, профессиональные и личные ценности.

Какие Ваши планы на будущее? Какие проекты и программы планируете реализовать?

С точки зрения стандартизированных подходов к публикации нефинансовой отчетности — мы новички, но с точки зрения опыта реализации социальных проектов — у нас есть большой опыт.

Наша главная цель — использовать политику КСО и весь её инструментарий для развития местного сообщества, собственного Предприятия и её сотрудников.

Еще один важный момент — подать пример другим, показать, что есть возможность сделать мир вокруг себя лучше. Положительный пример заразителен и если другие его подхватывают — получается побочный положительный эффект. Если он есть — прекрасно. Если нет, то у нас есть свой результат. За рубежом процент желающих «прибратиться» вокруг себя катастрофически высок, а у нас ситуация зачастую обратная. Мы хотим, чтобы этот процент неизменно возрастал и в нашей стране!