Бизнес & общество
БИЗНЕС И ОБЩЕСТВО
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ
№ 78-83 • 2014/2015

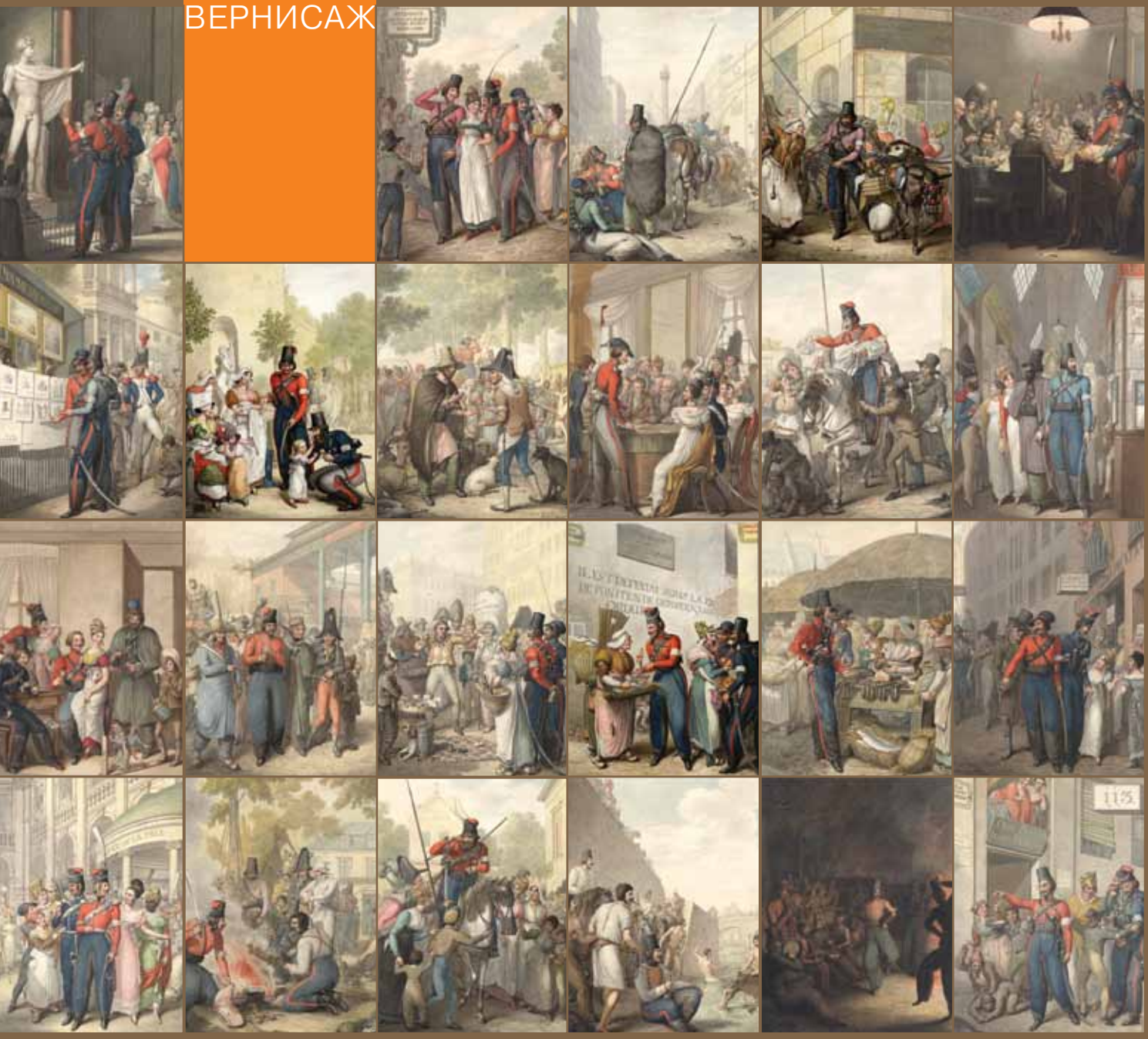
3 / Профилактика сиротства в России. Корпоративные практики

44 / Как стать профессионалом в сфере КСО

64 / КСО 2:0: время перезагрузки

73 / Компании на «Душевном Базаре»

ВЕРНИСАЖ



Уважаемые меценаты!

Рубрика «Вернисаж» создана для Вас. Здесь компании, поддерживающие изобразительное искусство, а также адресаты этой поддержки, могут в иллюстративной форме рассказать читателям журнала о совместных инициативах – коллекциях, выставках, мультимедийных проектах. Редакция журнала поможет сделать этот рассказ ярким и лапидарным. Важно помнить: в его основе должны лежать фотографии или оцифрованные картины. Весь номер журнала, участником которого становится компания, будет ими проиллюстрирован.

ОТ РЕДАКЦИИ

Бизнес должен заниматься бизнесом, а КСО – не его история?

В последнее время на разных мероприятиях, посвященных корпоративной социальной ответственности даже от представителей качественных СМИ звучат фразы: аудитории неинтересно, что в этом направлении делают компании. Поэтому я с нетерпением ждала уникальную дискуссионную панель представителей крупного бизнеса и деловых СМИ на одной из профильных конференций. Так как организатором всего мероприятия выступил очень авторитетный издательский дом, то и масс-медиа были его. Ведущий – главный редактор газеты – сразу дал понять, что не разделяет энтузиазма, связанного с КСО, и не считает эту тему интересной для аудитории издания, которая нередко воспринимает подобные публикации как продвижение бренда и PR. По его мнению, инвестор получил, например, детсад в нагрузку, чтобы просто иметь возможность работать в регионах.

Главный редактор журнала высказала свою точку зрения: «Функция СМИ – общественный контроль», «мы чаще пишем о корпоративной безответственности, например, Nike, BP... Устойчивое развитие – это анализ цепочки создания стоимости. И компаниям важно понять, в какой момент общество может предъявить им претензию. Что касается филантропии — хочется? Ну и флаг в руки... Бизнес должен заниматься бизнесом, а КСО — не его история».

А очень талантливая и любимая мною журналистка назвала КСО «достаточно спорной концепцией» и отметила, что «до сих пор в бизнесе нет единого мнения о том, что это обязательно нужно делать всем, а СМИ не пишут о концепциях. Они пишут о фактах, явлениях, историях». Более того, спикер высказала мнение, что никакой социальной ответственности у бизнеса вообще не должно быть – только личное произвольное желание во что-то вкладывать. Так, например, поступает Сергей Галицкий, основатель сети «Магнит». Создав футбольную спортивную школу, он рассматривает ее как свой личный проект. И никакой социальной ответственности. Вот таким уникальным оказался угол зрения СМИ на КСО.

В этом году журнал «Бизнес и общество» отметил 15-летие. Все это время мы говорили, как важно компаниям брать на себя социальные обязательства, с которыми не справляется государство, что это повышает качество жизни местного сообщества и общества в целом, развивает территории присутствия предприятия, помогает компаниям работать на опережение, минимизируя риски. Слушая высказывания представителей масс-медиа на этой сессии, мне начало казаться, что время не просто остановилось, а откатилось назад. И ведь что примечательно: участники дискуссии – настоящие профессионалы, представляющие авторитетные в бизнес-среде издания. Интересно, у них самих есть КСО? Ведь они же тоже бизнес. Только они не трубы производят и не капусту выращивают. Их продукт – правдивая и актуальная информация. Но если у компаний есть полезные обществу социальные или экологические проекты, то ведь это тоже информация. Она что – не нужна обществу? Только негативно о бизнесе, ведь так получается?

В этой связи вспоминается высказывание Пола Хокена, известного американского предпринимателя, автора 7 книг, из которых 4 получили международное признание (Natural Capitalism была переведен на 26 языков, а на базе Growing a Business была сделана телепрограмма, показанная более чем в 100 странах), обладателя многочисленных премий за вклад в экологию и развитие бизнеса, главы нескольких компаний. Так вот, в интервью журналу Inc. он сказал: *«Мир бизнеса или станет социально ответственным, или для бизнеса не будет места в мире. <...> Могущество нового мира <...> имеет своим источником не силу, но идею. Хотя общество это далеко не беззубо. Оно способно сметать правительства, компании, вождей и лидеров через информацию, способность следить за происходящим».* Подтверждение этому – рост ответственности компаний в странах с сильным гражданским обществом и объективными СМИ.

Как сделать так, чтобы и в России масс-медиа осознали свою миссию и выполняли не только функцию общественного контроля (хотя это, несомненно, важное и нужное дело), но и информатора, просветителя, мотиватора? Ведь доверие к ним гораздо выше, чем к власти, бизнесу и НКО. Как сделать СМИ реальным участником позитивных преобразований общества?

СОДЕРЖАНИЕ

ОТ РЕДАКТОРА

ТЕМА НОМЕРА

3 Профилактика социального сиротства в России. Реабилитация сирот. Вдохновляющие корпоративные практики Экспертный опрос

25 От иждивенчества к самостоятельности

КОРОТКОЙ СТРОКОЙ

ИССЛЕДОВАНИЯ

44 **Анна Борисова,** студентка РГГУ
Людмила Соколова, студентка МГУП им. Ивана Федорова
Как стать профессионалом в сфере КСО

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

50 **Мария Аксенова**
Наталья Поппель: «Корпоративная социальная ответственность – это искусство баланса интересов»

СЕМИНАРЫ, КОНФЕРЕНЦИИ, КНИГИ

60 **Алексей Костин**
Восьмой Форум за ответственную экономику – практический старт Третьей индустриальной революции

62 «Нестле Россия» представила отчет в области «Создания общих ценностей»

64 **Екатерина Кац**
КСО 2.0: время перезагрузки

65 **Ричард Брэнсон**
К черту «бизнес как всегда»

71 **Ольга Канаева**
Корпоративная социальная политика: теория и практика управленческих решений

73 **Теона Гургенидзе**
В кризис люди охотнее объединяются, чтобы помочь друг другу

ИЛЛЮСТРАЦИИ НА ОБЛОЖКЕ

Георг-Эммануэль Опиц
1-я стр.:
Уличная сценка. Казаки в компании парижанок
4-я стр.:
Уличная сценка: казаки и торговки рыбой и яблоками

Бизнес & Общество
БИЗНЕС И ОБЩЕСТВО
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

№ 78-83 / 2014

Информационно-аналитический журнал
Учредитель и главный редактор
Татьяна Бачинская

Адрес редакции и издателя:
127055, Москва,
ул.Новослободская, д.62-19, оф.294
Тел./факс: (499) 972-18-06
Тел.: (499) 973-15-28
www.b-soc.ru
info@b-soc.ru, editor@b-soc.ru

Журнал издается при поддержке ЦРФ «Сопричастность» и Клуба корпоративных филантропов.

Предпечатная подготовка и полиграфическое сопровождение: издательско-полиграфический отдел Центра развития филантропии «Сопричастность».

Редакция благодарит за помощь в подготовке номера:
Юрия Толкачева, Елену Львутину, Марию Аксенову, Анну Федоряк.

Журнал зарегистрирован МРУ Госкомпечати РФ 30 июля 1999 г. Регистрационный номер А-1674.

Тираж: 300 экземпляров (дополнительно по заявкам).
Часть тиража распространяется бесплатно.
Типография 3С Принт, ул. Касаткина, д.3.
Дата выхода номера 30 декабря 2014 г.

При перепечатке и использовании материалов просим ссылаться на источник.
Мнения авторов могут не совпадать с позицией редакции.
За подбор и изложение фактов ответственность несут авторы материалов.

Профилактика социального сиротства в России. Реабилитация сирот. Вдохновляющие корпоративные практики

Экспертный опрос

Татьяна Акимова, исполнительный директор регионального благотворительного фонда «Самарская губерния»

Светлана Шевченко, директор направления социальных проектов и программ компании «Искусство Тренинга»

Юлия Осташева, менеджер по КСО «БАТ Россия»

Татьяна Энедко, директор по корпоративным коммуникациям компании «РМ Рейл» (входит в состав корпорации «Русские машины»)

Должны ли компании заниматься помощью сиротам или это ответственность только государства?

Татьяна Акимова: Да, компании могут заниматься помощью. Вряд ли можно ожидать идеальной ситуации, созданной государством, а помощь необходима, но это вопрос доброй воли и осознанного решения.

Светлана Шевченко: Компании должны заниматься этой проблемой в целях развития и поддержки региона своего присутствия и вкладывать ресурсы в рамках профиля своего бизнеса. При этом позиция и вклад компаний не должны быть определяющими в этом вопросе, так как социальная защита населения - ключевая государственная задача, т.е. вклад бизнеса должен быть адресным, целевым и профильным.

Концепция модели профилактики социального сиротства столичного департамента социальной защиты населения предусматривает вовлечение гражданского сообщества, благотворительных, негосударственных некоммерческих организаций и бизнес-сообщества в решение проблемы преодоления социального сиротства и развития семейных форм устройства детей, оставшихся без попечения родителей.

Вложением средств и созданием проектов и акций в этом вопросе нужно заниматься профессионально и профильно. Например, участие бизнеса в проектах социальной интеграции при поддержке семей сотрудников и корпоративных волонтеров, в профориентации, наставничестве с привлечением профессиональных подрядчиков и НКО.

Юлия Осташева: Обязательно должны, поскольку это часть общества, в котором компания осуществляет свою деятельность.

Татьяна Энедко: Должны, но больше душевным участием в судьбе детей. Ограничиваясь лишь подарками или материальной помощью, компании только вредят детям, мешают их становлению как личностей.

Алексей Миняйло: Должно быть и то, и другое.

Елена Айвазян: Благотворительность является отличительной чертой развитого общества. Благотворительность частного бизнеса зависит от отношения учре-

Алексей Миняйло, директор по счастью партнеров в МОО «Игры будущего», проект по социальной адаптации воспитанников детских домов «Полдень»

Елена Айвазян, учредитель и директор благотворительного фонда «Преображение»

Николай Слабжанин, исполнительный директор Российского комитета «Детские деревни-SOS»

Олеся Деснянская, координатор программы «Профилактика социального сиротства» благотворительного фонда «Волонтеры в помощь детям-сиротам»

дителей компании и правильно выстроенной стратегии со стороны ее руководства. Слово «должны» здесь малоприменимо. Помощь предприятий может носить системный характер только в случае безусловной долгосрочной государственной программы поддержки детей-сирот. Государство должно брать на себя ответственность за формирование политики в вопросах сиротства, взаимоотношения с компаниями-благотворителями, содержание сиротских учреждений. Здесь можно говорить о частно-государственном партнерстве, но инициатива должна исходить от государства.

Николай Слабжанин: Это государственно-частное партнерство. Инновационные услуги в первую очередь должны развиваться через НКО.

Надежда Аленина: Должна? Сиротами (равно как инвалидами, стариками и т.д.) нельзя заниматься, если во главе стоит слово «должен». С такими сложными, тонкими, энерго- и эмоционально затратными проектами результативно могут работать только те, кто осознает свою миссию и роль в этом процессе. Государство решает свои вопросы и, считаю, решает их неплохо. Но вот душу вложить в каждого оно не может (да и не должно — здесь как раз это слово подходит…).

Олеся Деснянская: Обязательно должны, поскольку, во-первых, государство не справляется со всеми задачами, а, во-вторых, вовлечение общества в данный процесс приводит к увеличению контроля, улучшению ситуации в целом.

Альфия Валиева: Компании могут оказать хорошую помощь в социализации детей, подготовке их к школе, специализированному образовательному учреждению.

Юлия Богданова: Они могут делать это по своему усмотрению.

Андрей Голощапов: Социальное сиротство – это одна из самых больших проблем государства и современного общества. Помимо государства в деле преодоления социального сиротства важна роль общественных организаций и социально ответственного бизнеса.

Сергей Долгов: Если не говорить о кардинальном изменении системы, то сегодня только благотворительные фонды и волонтерские проекты при серьезной поддержке корпоративного сектора способны спасти некоторую долю детей, обреченных системой на умирание. Без помощи компаний это будет невозможно.

Максим Мотин: Безусловно, проблемой сиротства должно в первую очередь заниматься государство, поэтому именно на нем лежат основные расходы по содержанию детских домов. К сожалению, на данный момент в России более 120 000 детей, оставшихся без попечения родителей[1], причем большую их долю составляют дети, чьи родители лишены родительских прав. Чтобы помочь таким семьям, необходимо проводить программы профилактики сиротства. Бизнес может помочь в некоторых вопросах, например, поддерживать программы НКО, дополняя тем самым усилия государства.

Наталья Лимина: По мнению «Перспектив», решать любые социальные проблемы — задача общества, а задача государства — создавать для этого условия. Бизнес в партнерстве с НКО может многое сделать. Особенно эффективным будет сотрудничество маленьких инициатив НКО и местного бизнеса: оно даст возможность быстро и качественно реагировать на локальные потребности данного региона, учитывая местные особенности.

Вячеслав Горелов: Компании должны выделять средства на реализацию эффективных проектов и следить за повышением их результативности.

Евгения Полонская: Компании безусловно должны заниматься помощью сиротам как в сотрудничестве с негосударственными организациями (некоммерческими, благотворительными и прочими), так и через волонтерские инициативы своих сотрудников.

Дмитрий Калашников: Конечно, должны. Как показывает семилетний опыт работы благотворительного фонда «Семьи - детям» Ангарска Иркутской области, на ответственность государства надеяться нельзя: по официальной статистике, в нашей области 8 000 сирот, закончив учебные учреждения, остались без жилья, а системы постинтернатного сопровождения у нас не существует.

Ирина Осипова: Да, это входит в понятия «социальной ответственности бизнеса» и «гражданской позиции общества».

Галина Григорьева: Безусловно, приоритетную роль в этом вопросе играет государство, потому что оно отвечает за институциональное решение этой проблемы.

[1] *Доклад Уполномоченного при Президенте Российской Федерации по правам ребенка на Всероссийском съезде руководителей организаций для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, 2013 г.*

Альфия Валиева, директор благотворительного фонда «АК БАРС СОЗИДАНИЕ» (г. Казань)

Юлия Богданова, менеджер по КСО КПМГ

Андрей Голощапов, генеральный директор Европейской Юридической Службы

Сергей Долгов, генеральный директор коммуникационной группы «Ти-Кэр», генеральный директор и соучредитель благотворительного фонда «Разные дети»

Только оно может обеспечить равные возможности для всех детей-сирот независимо от их места проживания. А бизнес может играть роль вспомогательную, вести дополнительные программы, дополнять работу государства.

Елена Журавлева: Конечно, бизнес должен принимать участие в реализации социальных программ, в том числе и в социализации детей в трудных жизненных ситуациях. Одно государство не может нести всю социальную нагрузку. И такова практика во всем мире. Кроме того, для компаний это еще и долгосрочная стратегия, инвестиции в развитие персонала и предотвращение социальных рисков, потому что сироты, которым они помогают, потом придут работать к ним. Социализируя их, воспитывая в них лояльность, реализуя программы профориентации, бизнес делает вклад в воспитание будущего поколения сотрудников и членов здорового общества.

Артем Мифтахов: Не должны, а могут.

Татьяна Губина: Благотворительность играет важнейшую социальную роль. Каждая крупная компания, имеющая средства на социальные проекты, должна это делать. Это мировая практика, это здоровье людей. Это пример для миллионов наших граждан. Некоторые компании для осуществления благотворительной деятельности создают собственные фонды и занимаются социальными инвестициями. Чем крупнее компания, тем активнее она сочетает благотворительность и имиджевую рекламу.

Ольга Миронова: По большому счету, компании должны заниматься бизнесом и платить налоги. Но, вместе с тем, они должны уделять внимание развитию регионов, где ведется бизнес, поддерживая местные сообщества, экологию, культуру, спорт.

Асият Хабичева: За последние 23 года государство без участия общественности плохо справляется с профилактикой социального сиротства, поскольку чиновники очень формально относятся к своим обязанностям, злоупотребляют служебным положением, порой преступно используют отпущенные для социализации детей средства. Поэтому нужно публичное межсекторное взаимодействие. НКО и компании, внося свою лепту, должны суметь сделать прозрачной работу государственных органов, повлиять на процесс выработки устойчивых схем и традиций в профилактике социального сиротства.

Занимается ли ваша организация помощью сиротам? Если да, то какой?

Татьяна Акимова: Мы занимаемся корпоративным волонтерством в детских домах и интернатах, а также социализацией детей-сирот.

Светлана Шевченко: Наша компания занимается профилактикой сиротства.

Татьяна Энедко: Мы предлагаем детям программы с упором на командообразование, разработанные нашими сотрудниками. Кроме того, сотрудники из своих личных средств собирают пожертвования и подарки для детей-сирот. Также в детских домах наши волонтеры проводят интересные мероприятия, сочетающие социализацию и развлечение (например, кулинарный мастер-класс известных шеф-поваров вместе с нашими сотрудниками).

Алексей Миняйло: Мы занимаемся социализацией сирот.

Елена Айвазян: Благотворительный фонд «Преображение» строит детскую деревню для сирот (по форме приемной семьи, первая очередь на 10 домов на 50 человек). Для этого фонд оформил в собственность земельный участок в 50 га, который, помимо деревни, предназначен для международного детского летнего лагеря, дома для престарелых. Разовыми акциями фонда являются праздники и организация досуга для детей местного сообщества.

Николай Слабжанин: Наш комитет занимается профилактикой сиротства, социализацией детей-сирот и содействует помещению их в семьи.

Надежда Аленина: Наш фонд с 2013 г. реализует проект «Социализация сирот через общественно полезную деятельность». Такой подход есть только у нас. Мы твердо убеждены: сирот не надо жалеть, задаривать их подарками, им нужна помощь, выраженная в «научении» встраиваться во взрослую жизнь, принимать решения, выстраивать коммуникации и т.п. В нашу деятельность включены корпоративное волонтерство в детских домах и интернатах, организация праздников, социализация детей-сирот. Кроме того, мы обучаем детей социаль-

Максим Мотин, руководитель социальных программ и специальных проектов ОАО «Мегафон»

Наталья Лимина, директор по внешним связям и поиску средств Санкт-Петербургской благотворительной общественной организации «Перспективы»

Ксения Антипова, юридический консультант (Н. Новгород)

Вячеслав Горелов, руководитель проекта «Школа фермеров», социальный предприниматель (Пермский край)

ному проектированию: проводим комплекс тренингов и практикумов, клубные встречи выпускников, выездные многодневные тренинги, помогаем детям создавать модели построения собственной жизни.

Олеся Деснянская: Мы организуем праздники, собираем пожертвования и подарки для детей, занимаемся социализацией детей-сирот и содействуем помещению детей в семьи.

Альфия Валиева: Наш фонд занимается социализацией детей-сирот, а также корпоративным волонтерством в детских домах и интернатах (устраиваем отдельные акции или постоянные выезды по праздникам).

Юлия Богданова: Мы занимаемся профилактикой сиротства и поддерживаем сервисные НКО, работающие с детьми групп риска.

Андрей Голощапов: У нас есть несколько проектов. Мы оказываем круглосуточную юридическую помощь сиротам из нескольких детских домов и центра постинтернатного сопровождения «Домик детства» (Самара), предоставляем юридические консультации (в том числе и дистанционные). Кроме того, мы принимаем участие в разовых акциях (например, постоянно участвуем в социальных проектах Ассоциации юристов России).

Сергей Долгов: Мы заботимся о будущем детей-сирот, поэтому наши программы направлены на их социализацию, профориентацию, базовое и дополнительное образование. Мы обучаем детей предпринимательству, экологической и компьютерной грамотности, сопровождаем их после выхода из интерната, готовим к поступлению в учебные заведения.

Максим Мотин: Компания «Мегафон», согласно своей политике благотворительной деятельности, помогает, в том числе, и детям-сиротам. На протяжении многих лет наши волонтеры посещают детские дома. Почти каждый филиал имеет свой подшефный детский дом, где регулярно проводятся акции по благоустройству территории, организации праздников. Наиболее актуальными являются проблемы адаптации и социализации детей-сирот. Чтобы помочь с решением этой проблемы, мы ввели программу по приобщению детей-сирот к спорту. Используя наши возможности и большой опыт поддержки профессионального спорта, мы уже 9 лет проводим Открытый чемпионат России по футболу среди команд детских домов и школ-интернатов «Будущее зависит от тебя». Этим проектом мы не только стремимся привлечь ребят к занятиям спортом, но и хотим помочь им обрести семью. Для этого совместно с благотворительным фондом «Измени одну жизнь» приступили к созданию и размещению на сайте фонда видеоанкет всех ребят-участников нашего чемпионата. Теперь у этих детей появится дополнительный шанс быть замеченными потенциальными родителями.

Наталья Лимина: «Перспективы» — благотворительная общественная организация, которая с 1995 г. работает с интернатом № 4 Павловска (СПБ) и с 2000 г. работает в психоневрологическом интернате № 3 Петергофа (СПб). Наши педагоги, психологи, инструкторы по лечебной физкультуре, волонтеры помогают детям и молодым людям с тяжелой инвалидностью справиться с ситуацией социальной изоляции внутри закрытых государственных учреждений. Эта деятельность возможна благодаря поддержке бизнеса и благотворительных фондов.

Вячеслав Горелов: Среди целей нашего проекта — социализация детей-сирот и ресоциализация сирот, вышедших из мест заключения. Мы готовим молодых людей к самостоятельной предпринимательской деятельности, создаем условия для успешного стартапа, занимаемся жизнеустройством выпускников «Школы фермеров».

Евгения Полонская: Наша организация — некоммерческий благотворительный фонд социальных программ «Мы вместе» — работает с выпускниками детских домов и социально незащищенными молодыми мамами. Наши проекты и программы включают следующие направления: профилактика сиротства, социализация выпускников детских домов и интернатов, воспитание здорового образа жизни, создание основ самообеспечения (выращивание продуктов питания силами выпускников детских домов для собственного потребления), развитие лидерских качеств у выпускников детских домов, включая волонтерские проекты силами выпускников. Мы привлекаем волонтеров, в том числе из корпораций, организуем совместные проекты.

Дмитрий Калашников: Сейчас мы занимаемся профилактикой сиротства, социализацией детей-сирот и содействуем помещению их в семьи. Кроме того, мы используем методику наставничества по принципу «социального лифта», так как считаем ее наиболее эффективной, реальной и жизненной.

Оксана Критикова: Компания «Эльдорадо» выезжает со своими волонтерами в детские учреждения, со-

Евгения Полонская, председатель правления некоммерческого благотворительного фонда социальных программ «Мы вместе» (Кострома)

Дмитрий Калашников, индивидуальный предприниматель, председатель попечительского совета благотворительного фонда «Семьи - детям» (Ангарск)

Оксана Критикова, руководитель по внутрикорпоративным коммуникациям и социальным проектам «Эльдорадо»

Наталья Тимощук, руководитель направления по внутренним коммуникациям. Отдел по связям с общественностью Softline

бирает пожертвования, организует праздники, также занимается профилактикой сиротства и социализацией детей-сирот.

Наталья Тимощук: Компания Softline шефствует над рядом социальных центров и детских домов России. В нашей компании очень развито корпоративное волонтерство: социальная работа не остается без внимания сотрудников, они помогают в проведении проектов, выступают с новыми предложениями. Особое внимание компания уделяет вопросам, связанным с оказанием медицинской помощи: мы регулярно переводим средства на лечение детей.

Ирина Осипова: С 2004 по 2011 гг. фонд работал в 45 регионах РФ. Фонд оказывал материальную помощь детским домам, направляя ресурсы на улучшение материальных условий, проводил программы по социальной адаптации и профориентации детей-сирот, помогал одаренным детям. Поняв, что беду легче предотвратить, чем лечить, мы, начиная с 2011 г., стали развивать программы, направленные на развитие семейных форм устройства детей-сирот, а также на профилактику социального сиротства. Сегодня фонд является уполномоченной организацией в Москве по подготовке граждан, желающих принять детей на воспитание. У нас работает Школа приемных родителей. Также фонд уполномочен вести работу по сопровождению приемных семей и социальному патронату. Продолжаются и программы, направленные на социализацию детей, находящихся в трудной жизненной ситуации. Так, совместная с банком УРАЛСИБ программа «Уралсиб дает надежду: образование - работа - жилье» в 7 регионах России, направлена на подготовку детей-сирот и детей из приемных и кризисных кровных семей к поступлению в вузы, а также фонд оказывает ребятам во время обучения стипендиальную поддержку.

С 2008 по 2012 гг. в 12 регионах фонд реализовывал программу «Добровольцы». До сих пор группы волонтеров постоянно поддерживают учреждения для детей-сирот. Партнеры фонда помогают нашим подопечным, организуя различные акции по сбору помощи. В первую очередь, сегодня это – адресная помощь кризисным семьям. Фонд аккумулирует актуальные потребности семей, добровольцы помогают их решать. Это и сбор подарков к праздникам для детей и семей, и помощь pro bono в подготовке детей: занятия иностранным языком, организация ремонта в квартирах и т.д.

Профилактика социального сиротства – это одно из основных направлений нашей деятельности. С семьями и детьми работают, в первую очередь, сотрудники фонда, психологи и социальные педагоги.

В Москве и Московской области реализуется программа профилактики сиротства «Родные и близкие», направленная на реформирование системы выявления семей группы риска, выявление семей на ранних стадиях семейного неблагополучия. Работа фонда с семьями на ранних стадиях неблагополучия позволяет в короткие сроки (от 4 мес. до 1.5 лет) сохранить в семье детей. За период работы с семьями восстановлена функциональность 142 семей, рекомендованных органами опеки и попечительства. Выстроена система помощи семьям на базе государственных учреждений, фондом оплачиваются дополнительные ставки специалистов для работы с семьями и детьми: психологи, социальные педагоги, логопеды, воспитатели и др.

С 2011 г. в фонде работает программа «Школа семьи», по которой готовят кандидатов в приемные родители и проводится подготовка детей к переходу на воспитание в семьи. С 2012 г. запущена программа по предотвращению возвращения детей из приемных семей «Семейный круг». В 2013 г. БДФ «Виктория» начал строительство детской деревни «Виктория» в Армавире Краснодарского края, где будут жить приемные семьи, и дети-сироты смогут воспитываться в атмосфере любви и заботы.

Галина Григорьева: Некоторые наши долгосрочные программы ориентированы на социально уязвимых детей, но нет отдельной программы для сирот. Тем не менее, наши предприятия регулярно проводят отдельные мероприятия в помощь сиротам и почти всегда с участием волонтеров. Мы также периодически делаем взносы в проекты НКО, которые уже поддерживают различные коммерческие организации, и в проекты, осуществляемые не на постоянной основе. Среди них в приоритете программы, направленные на профилактику сиротства и социализацию детей-сирот.

Елена Журавлева: Мы делаем упор на корпоративное волонтерство в детских домах и интернатах, профилактику сиротства и социализацию детей-сирот.

Наталия Токмакова: Сотрудники предприятий ОАО «Северсталь» участвуют в регулярных акциях по сбору новогодних подарков для социальных сирот и детей с ограниченными возможностями, участвуют в совместных

Ирина Осипова,
доктор социологических наук, заместитель программного директора благотворительного детского фонда «Виктория»

Галина Григорьева,
менеджер по устойчивому развитию в Alcoa Russia

Елена Журавлева,
руководитель направления социальных проектов. Директор по социальной политике авиакомпании «Трансаэро»

Наталия Токмакова,
руководитель регионального направления БФ «Дорога к дому»

спортивных и других мероприятиях, развивают наставничество через корпоративные молодежные организации предприятий «Северсталь».

Совместно с БФ «Дорога к дому» сотрудники предприятий ОАО «Северсталь» проводят регулярные акции к новогодним и рождественским праздникам, участвуют в добровольных пожертвованиях на нужды детей из семей группы риска.

Добровольцы молодежных объединений ОАО «Северсталь» в Череповце участвуют в проведении ежегодного городского праздника в честь Международного дня защиты детей, а также проводят с несовершеннолетними совместные субботники на территориях социальных приютов и детских домов. При содействии БФ «Дорога к дому» в Череповце развивается добровольческая активность сотрудников и горожан в рамках индивидуального наставничества с несовершеннолетними из семей в ТЖС. Совместно с фондом проводятся спортивные, социокультурные мероприятия с несовершеннолетними из семей в ТЖС, воспитанниками детских домов.

Артем Мифтахов: С момента своего создания в 2000 г. компания РУСАЛ оказывала благотворительную помощь детским домам в регионах присутствия: предоставляла разовые пожертвования, участвовала в улучшении бытовых условий проживания детей. В 2005 г. была запущена программа «Вместе в будущее», направленная на повышение качества жизни воспитанников, их эффективную подготовку к самостоятельной (постинтернатной) жизни, развитие у них способностей и навыков по самообслуживанию, социальной грамотности. В 2010 г. была разработана новая программа социальных инвестиций компании – «Скорая помощь РУСАЛа». Одним из важных направлений программы стала помощь детским домам и работа по социализации сирот. Отличием новой программы стал больший акцент на социализацию детей-сирот через обучение базовым бытовым умениям и навыкам: ведению хозяйства, приготовлению еды, ремонту одежды. Проведение ликбезов по экономическим и правовым темам позволяет дать детям знания о том, как спланировать свой бюджет на день, неделю или месяц, как поступать в случае утери документов, как избежать обмана со стороны мошенников, как организовать свой досуг. Еще одной особенностью новой программы стало вовлечение корпоративных волонтеров из числа сотрудников, а также ветеранов предприятий. Это помогает наладить связь между поколениями.

Дополнительно стоит рассказать о проекте «Стать гражданином», который реализует фонд «Центр социальных программ» РУСАЛа в трех городах присутствия компании: Ачинске, Братске и Новокузнецке. В рамках проекта дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей, вовлекаются в дискуссии и ситуационные игры, основной целью которых является правовое воспитание. Это позволяет сформировать у ребенка целостное представление о своих правах, обязанностях, возможностях и ответственности в повседневной жизни после выпуска из социального учреждения. Все занятия ведут профессиональные педагоги.

Татьяна Губина: Coca-Cola Hellenic регулярно оказывает помощь детям-сиротам, малоимущим семьям, детям, которые находятся на длительном лечении в больницах, одиноким пожилым людям. Сотрудники компании посещают детские дома, организуют для детей праздники, спортивные соревнования, экологические уроки, мероприятия, направленные на профессиональную и социальную адаптацию, что является самой важной частью работы с сиротами. Кроме того, наша компания совместно с «Центром социальной (постинтернатной) адаптации» Департамента социальной защиты населения Москвы планирует разработать программу, позволяющую детям-сиротам адаптироваться, реализовать себя в профессиональном плане и устроиться на достойную работу.

Ольга Миронова: Компания «Северсталь» собирает пожертвования и подарки для детей-сирот, организует праздники, занимается профилактикой сиротства и социализацией детей-сирот, содействует помещению детей в семьи. Мы проводим благотворительные марафоны, аукционы, Рождественские базары в пользу детей-сирот. Среди крупных проектов компании - Благотворительный фонд «Дорога к дому» в Череповце, который реализует одноименную программу в 6 регионах: Вологодская (Великий Устюг), Мурманская (Оленегорск), Саратовская (Балаково) областях, Республиках Коми (Воркута) и Карелия (Костомукша) и городе Волгоград. В Череповце сейчас 18 проектов и 4 службы, направленные на профилактику сиротства, поддержку семей в трудной жизненной ситуации, предотвращение отказов от детей в роддомах, работу с семьями, где есть угроза отказа, возвращение детей из детского дома в биологическую

Артем Мифтахов,
программный менеджер компании РУСАЛ

Татьяна Губина,
региональный менеджер по внешним связям и коммуникациям Coca-Cola Hellenic в Москве

Ольга Миронова,
старший менеджер управления по КСО и бренду ОАО «Северсталь»

Асият Хабичиева,
председатель Карачаево-Черкесского республиканского общественного движения женщин «Мир дому твоему»

семью, работу с подростками в конфликте законом. В регионах ведется 10 проектов.

Асият Хабичева: Мы осуществляем волонтерство в детских домах и интернатах совместно с Советом волонтеров медицинского колледжа. Организация «Мир дому твоему» занимается профилактикой сиротства, социализацией детей-сирот и содействием помещению детей в семьи. Еще одним направлением нашей деятельности является содействие молодым семьям в случаях незапланированной беременности и проблемных взаимоотношений.

Приведите пример проекта помощи детям-сиротам, который вам нравится

Татьяна Акимова: Наш фонд разрабатывает и предлагает бизнесу разовые акции и долгосрочные проекты. Разовые акции, как правило, для тех, кто раз в год хочет, чтобы сотрудники поучаствовали в добровольческой акции. Долгосрочные - для тех, кто серьезно относится к теме детей-сирот и хочет изменений. Особенность проектов, которые мы разрабатываем, связана с нашей технологией фондов местных сообществ, заключающейся в вовлечении в процесс как можно большего числа людей и организаций (кроме самого партнера), объединении ресурсов, создании инвестиционной привлекательности проектов. Хотя с детскими домами это очень сложно: менять систему нельзя, можно только чуть-чуть помочь детям. Сегодня мы ставим задачу вместе с местным бизнесом переходить на другой уровень помощи детским домам. То есть информировать, давать возможность делиться опытом, объединяться, получать экспертные оценки, приобретать новых партнеров и тратить ресурсы разумно.

В качестве примера можно привести корпоративную программу нашего фонда «Делать Добро Вместе!» с ежемесячными пожертвованиями сотрудников. На эти средства организуем поздравления ребят из подшефных групп и развивающие мероприятия. Кроме того, мы проводим интересные разовые акции с участием сотрудников, где дети не только общаются, но и чему-то учатся (совместная посадка клумбы, выезд на пикник с веревочным курсом и приготовлением шашлыка, творческими моментами).

Светлана Шевченко: Мне нравятся проекты фондов «Виктория», «Расправь крылья», «Дорога к дому», проект «Мегафона» по организации футбольных чемпионатов «Будущее зависит от тебя». Большой интерес представляет программа социально-профессиональной адаптации воспитанников детских домов в рамках концепции опережающего развития кадрового потенциала ОАО «РусГидро» «От Новой школы к рабочему месту».

Юлия Осташева: Наставничество над детьми-сиротами с дальнейшим трудоустройством на предприятие. Помимо поддержки профориентированных заведений, существует система развитого наставничества, где к ребенку приставляется человек из числа молодых специалистов или инициативных сотрудников предприятия, который занимается его социализацией.

Татьяна Энедко: Командообразующие программы РМ Рейл «Вместе мы сильные», когда совместно с ребятами наши сотрудники участвуют в специально разработанных «Веревочных курсах».

Алексей Миняйло: Проект «Полдень».

Елена Айвазян: «Детские деревни» благотворительного фонда «Ключ» (совместно с фондом Тимченко) являются положительным примером альтернативы детским домам. Дети живут в приемных семьях по 5-6 человек. Фонд «Ключ» серьезно занимается продвижением идеи создания профессиональной приемной семьи, имеет опыт работы с приемными детьми и разрабатывает методики организации работы с сиротами.

Николай Слабжанин: «Детская деревня-SOS».

Олеся Деснянская: У нас есть проект «Теплый дом». Это центр временного пребывания для молодых матерей с новорожденными детьми, которые, находясь в сложной жизненной ситуации из-за отсутствия жилья, работы и поддержки родственников, оказались на грани отказа от собственного ребенка. Во время проживания мамы получают крышу над головой, а также комплексную психологическую, юридическую, медицинскую и материальную помощь.

Альфия Валиева: Фонд «АК БАРС СОЗИДАНИЕ»

Отряд казаков у Триумфальной арки

На рисунке изображен момент прохождения казачьего полка по центру Парижа, по-видимому, в первый день торжественного вступления союзников во французскую столицу.

19(31) марта 1814 г., около 9 часов утра, колонны союзных армий с барабанным боем, музыкой и распущенными знаменами двинулись через ворота Сент-Мартен в город. Позади лейб-гвардии Казачьего полка во главе огромной свиты в Париж въехал российский император Александр I и другие монархи. За ними последовали все остальные части.

Находившийся в этот день в царской свите атаман М.И. Платов в письме к российской императрице Елизавете Алексеевне писал по горячим следам о входе в Париж: «Торжества сего я не в состоянии описать; но верноподданнейше доношу только, что в прошедших веках не бывало такого и едва ли будет в будущих. С обеих сторон было неизобразимое радостное восхищение, сопровождавшееся восклицанием многочисленнейшего народа жителей Парижа: Да здравствует Александр! Устроивший благоденствие и мир целой Европы». Участник событий, русский офицер А.И. Михайловский-Данилевский (1790–1848), впоследствии генерал-лейтенант и военный историк, в статье «О пребывании русских в Париже в 1814 году» вспоминал: «Жители и мы предавались неописанной радости; они потому, что избавились от ига, их угнетавшего, а мы, что достигли окончания войны самым блистательным образом... Прекраснейшая погода благоприятствовала нам в сие время, улицы и гулянья наполнены были с утра до вечера множеством народа...».

Художник изобразил жителей Парижа, с любопытством взирающих на проходящих мимо них казаков. Это событие даже заставило некоторых из них оторваться от изучения наклеенных на стену объявлений, деклараций, распоряжений. Привычку парижан непременно читать подобные документы отмечали многие наблюдатели, побывавшие в 1814 г. в Париже.

проводит конкурс декоративно-прикладного искусства среди воспитанников детских домов ПФО. За лучшие работы дети награждаются ценными призами, принимают участие в мастер-классах, организованных преподавателями художественных отделений вузов. Кроме того, фонд направляет победителей вместе с педагогами на учебу в творческие школы во время каникул, а вузы берут под патронаж талантливых детей для подготовки к поступлению. Ежегодно несколько детей, принявших участие в конкурсе, связывают свою дальнейшую судьбу с творчеством.

Юлия Богданова: Создание в домах ребенка служб раннего вмешательства, которые сопровождают приемные семьи.

Андрей Голощапов: Сотрудники компании проявили инициативу «Нам не все равно», приуроченную ко Дню защиты детей. Мы собрали деньги и купили дому ребенка № 6 одежду, средства гигиены, канцелярские товары, игрушки.

Сергей Долгов: Интересным проектом является создание научной лаборатории в Удельнинской коррекционной школе-интернате. Мы создали ее на базе детского дома с нуля, чтобы дети могли получать знания по физике, химии, биологии, географии и астрономии, социально-бытовому ориентированию, которые не предусмотрены общей программой, но крайне важны для формирования личности. За несколько месяцев работы этой лаборатории дети стали интересоваться наукой.

Максим Мотин: Значимым проектом, заработавшим немало наград, является Открытый чемпионат России по футболу среди команд детских домов и школ-интернатов «Будущее зависит от тебя». «МегаФон» стал первой частной компанией, с 2005 г. реализующей международный проект такого масштаба на постоянной основе. Ежегодно в 75 городах РФ, Южной Осетии, Таджикистане и Абхазии сотрудники нашей компании проводят серию отборочных матчей среди команд детских домов и школ-интернатов. Победители регионального этапа турнира направляются на финальные игры, которые традиционно проходят в Сочи. Каждый год победителей награждают ценными призами. С 2009 г. чемпионы традиционно посещают тренировочную базу ФК «Арсенал» в Лондоне. За годы существования чемпионата в нем приняли участие более 15000 детей из 610 детских домов и школ-интернатов.

Наталья Лимина: Хочется привести пример успешного сотрудничества «Перспектив» и компаний «КРЕПС» и «Петрович». С 2010 г. СТД «Петрович» и «ЗАО «ПП «КРЕПС» участвуют в акции «Покупая — помогаешь», перечисляя по 2 рубля (рубль с каждого партнера) от реализации продукции «КРЕПС» через сеть магазинов

Казак раздает парижанам декларацию императора Александра I

Художник изобразил конного донского казака на улице недалеко от Триумфальной арки: он раздает прохожим листы с напечатанной декларацией Александра I. За ним бежит парижский разносчик объявлений (с бляхой) и предлагает прокламацию короля Людовика XVIII. Этот сюжет относится к первым дням пребывания союзных войск в Париже.

Город давно не был свидетелем чужих военных триумфов, и парижане, с тревогой ожидая грядущих событий, стремились получить любую информацию. Все их надежды связывались, в первую очередь, с русским царем, вдохновителем и фактическим руководителем антинаполеоновской коалиции. А.И. Михайловский-Данилевский вспоминал: «Несколько прокламаций, объявленных в сие время, были все от имени Государя... Первая и важнейшая прокламация к французам... обнародована в самый день нашего вступления в 3 часа пополудни. В оной император объявляет, что он и союзники не вступят в переговоры ни с Наполеоном, ни с кем другим из фамилии его; что земли, принадлежавшие Франции при прежних королях, будут неприкосновенны; и приглашает народ французский избрать временное правительство для составления конституции».

С момента вступления на территорию Франции Александр отдал приказ по войскам, «чтобы обходиться с жителями как можно дружелюбнее и побеждать их более великодушием, нежели мщением, отнюдь не подражая примеру французов в России».

Русские мемуаристы оценивали происходящее в несколько розовом свете: на самом деле восторженный прием победителям оказали лишь роялистски настроенные богатые кварталы. Пригороды встречали союзные войска хотя и с любопытством, но настороженно и без ликования. Однако наступивший в скором времени мир рассеял страхи большинства парижан.

«Петрович» в помощь ребятам со множественными нарушениями в развитии: детям из детского дома-интерната № 4 города Павловска и молодым людям из психоневрологического интерната №3 Петергофа.

Ксения Антипова: Важным проектом я считаю программу «Дорога к дому», организованную ОАО «Северсталь». С 2006 по 2013 гг. количество детей, находившихся в детских домах, сократилось с 552 до 190; предотвращено 119 отказов от новорожденных, а 724 ребенка возвращены в кровные семьи и переданы на семейные формы устройства. В 2011 г. создан ресурсно-методический центр для социально ориентированных НКО. Партнерами программы ОАО «Северсталь» являются ФК «Уралсиб», ООО «Лукойл».

Вячеслав Горелов: В качестве примера приведу авторский проект «Летняя школа начинающих фермеров», обеспечивающий полную занятость сирот на 90 дней, их трудоустройство с 14-17 лет, возможность остаться и стать участником следующего авторского проекта «Сирота-предприниматель». В рамках проекта сироты готовятся к самостоятельной предпринимательской деятельности, защищают бизнес-планы в ЦЗН, получают единовременную помощь на развитие своего дела, могут участвовать в строительстве личной усадьбы в «Молодежной агродеревне».

Евгения Полонская: Один из успешных проектов нашей организации — «Дача». Это долгосрочный проект, который позволяет достичь несколько целей, отвечающих многосторонним нуждам выпускников детских домов и интернатов: от развития навыков самостоятельной жизни и удовлетворения основных бытовых нужд (питание, место проведения досуга, личная гигиена и т.п.) до формирования здорового образа жизни и лидерских качеств.

Дмитрий Калашников: Программы фонда «Зонтик» – «Трудовой десант», «Невидимые дети», «Семьи – детям» – направлены на минимизацию социальной исключенности детей-сирот.

Программа «Семьи – детям» социализирует и адаптирует сирот в семейных условиях. В 2011 г. она стала победителем международного конкурса «Земля женщин». Цель программы — найти сироте семью, друга, наставника, который готов участвовать в его судьбе, научить ведению домашнего хозяйства, семейному укладу жизни. Одна-две семьи выезжают на Байкал в тренажерную квартиру вместе с сиротами. В процессе совместного труда на благо экологии озера они знакомятся, затем продолжают свои отношения в городе. 13 сирот уже обрели постоянных друзей-наставников. Всего программа позволила отдохнуть и пообщаться с наставниками более 160 сиротам.

Конный казак на улице Парижа

Художник изобразил оторвавшегося от своего полка донского казака в момент вступления союзных войск в Париж. В окружении любопытствующей толпы он оживленно общается с парижанами и шутливо отдает им честь.

Обращает на себя внимание белая повязка на левой руке казака. Это очень важное наблюдение художника, свидетельствующее о его внимании к деталям. О белых повязках как отличительном знаке русских воинов сохранилось немало воспоминаний. Белый цвет – цвет роялистов, выступавших за реставрацию династии Бурбонов в начале столетия. В те дни многие спешили объявить себя сторонниками французского короля. Повязка на левую руку в этот день была введена для всех союзных армий – во избежание возможной путаницы из-за разнообразия мундиров. Обратимся к свидетельству А.И. Михайловского-Данилевского: «Пруссаки и австрийцы не переставали ходить в мундирах и не старались скромностью поведения возвысить свое торжество. У австрийцев есть обыкновение носить на киверах и шляпах зеленые ветви. Французы обижались тем, почитая ветви изображением лавров. Недоразумение это порождало ссоры, драки, убийства. Напротив, парижанам чрезвычайно нравилось, что русские носили белую повязку на левой руке, и что Государь велел присовокупить белую кайму к нашим кокардам на шляпах. Такое, по-видимому, маловажное обстоятельство обращало в нашу пользу общее мнение и соделывало тесные связи между нами и французами, которые почти все украшались белым цветом в знак преданности Бурбонам и желания скорейшего возвращения Людовика XVIII на прародительский престол».

Оксана Критикова: Интересным проектом я считаю волонтерскую программу «Лето добрых дел», в рамках которой сотрудники «Эльдорадо» провели 77 волонтерских акций, 36 из которых были направлены на социализацию детей и инвалидов.

Наталья Тимощук: Компания Softline проводит крупный социальный проект: этой зимой исполнилось шесть лет благотворительной программе помощи детям «Чудо-дерево», проходящей ежегодно в канун новогодних праздников. В рамках акции ребята в детских домах и приютах пишут письма Деду Морозу и Снегурочке, а сотрудники компании исполняют их новогодние просьбы. В конце 2013 г. поздравления от Softline получили более 1250 ребят из 28 детских домов и реабилитационных центров.

Ирина Осипова: Наш фонд взаимодействует с «Национальной факторинговой компанией». Добровольцы из НФК оказывают большую помощь нашим благополучателям — кризисным семьям из программы «Родные и близкие». Организация семейных праздников, интересные развивающие мастер-классы, добровольческая помощь во время мероприятий, организаторская помощь и т. д., — все это очень помогает в нашей работе. Праздники для кризисных семей, в которых участвуют дети вместе с родителями, способствуют улучшению отношений внутри семьи.

Галина Григорьева: Мы давно работаем с детьми из Петровской школы-интерната в Ярославской области. Наши волонтеры регулярно проводят различные акции, направленные на то, чтобы дети получили новый опыт и развивались в культурном отношении. Периодически поддерживаем проекты фонда «Здесь и сейчас», который занимается, в том числе, и социализацией этих детей-сирот.

Елена Журавлева: Мне очень нравится наш проект «Краткая история авиации» – анимационная арт-терапия, творящая чудеса. Это первый в мире сериал, авторами которого стали пациенты детских онкологических отделений клиник в разных регионах России, дети в трудных жизненных ситуациях и волонтеры «Трансаэро». Все началось в 2010 г., когда в рамках корпоративной программы по оказанию помощи тяжелобольным детям «Назад в будущее» волонтеры и подопечные компании при помощи режиссеров-педагогов студии «Да» сняли первые пять серий об истории покорения человеком неба. Проект был настолько успешен с точки зрения эффекта реабилитации и социализации, что после премьеры было решено снять второй эпизод мультфильма, но уже с детьми из других регионов.

Артем Мифтахов: Очень интересные акции прово-

Лагерь казаков на Елисейских полях

Художник наполнил картину множеством сюжетов: казаки в лагере беседуют с парижанами, смотрят выступление акробатов и пьют вино; перед строем во главе с офицером проводится экзекуция – провинившегося стегают кнутом; здесь же на переднем плане изображены овцы, коза, битая птица – все, что служило пищей живущим на биваке; казак в бурке и соломенной шляпе (явно местного происхождения – казаки таких не носили) покупает провизию у парижанина.

Русский офицер И.И. Лажечников, в то время адъютант генерала А.И. Остермана-Толстого, а впоследствии известный писатель, вспоминал в «Походных записках русского офицера»: « 20 марта. Казаки расположили свой стан на Елисейских полях: зрелище, достойное карандаша Орловского [известный русский художник, также рисовавший казаков. – авт.] и внимания наблюдателя земных превратностей! Там, где парижский щеголь подавал своей красавице пучок новорожденных цветов и трепетал от восхищения, читая ответ в ласковых ее взорах, стоит у дымного костра башкирец, в огромной засаленной шапке с длинными ушами, и на конце стрелы жарит свой бифштек. Гирлянды и флеровые покрытия заменены седлами и косматыми бурками...».

Известный русский публицист Федор Глинка напечатал перевод французского сочинения «Прощание русских с парижанами», купленного им на улице и написанного якобы от лица русского офицера: «Прощайте, поля Елисейские, прощай и ты, Марсово поле! Мы расположили на вас биваки свои, застроили вас хижинами, шалашами, будками и жили в них как в палатках. Нередко милые городские красавицы навещали кочующих соседей своих. Они не пугались ратного шуму и прыгали зефирами по грудам оружия».

дились в рамках программы «Скорая помощь РУСАЛа» и проекта «Гражданское достоинство».

В рамках программы «Скорая помощь РУСАЛа» 22 марта 2014 г. волонтеры Новокузнецкого алюминиевого завода компании совместно с городским техникумом пищевой промышленности устроили кулинарный мастер-класс для девчонок из подшефной школы-интерната. Волонтеры вместе с воспитанницами интерната разобрали основы домашней кулинарии: с чего начинается приготовление пищи, как соблюдать гигиену на кухне, как сделать красивые и вкусные бутерброды из того, что есть под рукой, как принимать гостей и красиво сервировать стол.

А в рамках проекта «Гражданское достоинство» для ребят из школы-интерната Братска провели практикум по изучению закона о защите прав потребителя. Воспитанники интерната отправились в супермаркет, где каждый смог самостоятельно выбрать любые продукты. Ребята закрепили на практике правила покупки, интересовались сроками хранения, упаковкой и ценой.

Татьяна Губина: Хочется отметить проект «Рождественский Караван», который реализуется ежегодно с 2001 г., в рамках которого волонтеры Coca-Cola Hellenic навещают воспитанников детских домов и школ-интернатов, детей, находящихся на лечении в больницах и реабилитационных центрах, организовывая для них новогодние представления. В общей сложности участники проекта посещают более 60 городов России. Так, например, в 2013 г. более 350 сотрудников только Московского филиала компании организовали праздники и подарили новогодние подарки более чем 5000 детей.

Ольга Миронова: Инновационный проект «С мамой» работает с декабря 2013 г. (на базе специализированного дома ребенка №2») и помогает мамам и папам, оказавшимся в критической жизненной ситуации, когда необходимо выйти на работу, а ребенка ясельного возраста оставить не с кем. Проект дает родителям возможность оставить ребенка в группе дневного пребывания на день под присмотром специалистов. Также предоставляется возможность трудоустройства матери/отца в Доме ребенка, психолого-педагогические, медицинские консультации родителям, индивидуальное сопровождение семьи ребенка для решения социальных проблем, обучающие занятия «Мама и малыш».

Асият Хабичева: Профилактика социального сиротства – это постоянный проект, который каждый год действует под разными рабочими названиями: «Счастлива мама – счастлив малыш», «Этот мир ждет тебя, малыш!». Он вошел в «Каталог лучших социальных практик РФ в

Приготовление мяса в лагере казаков

Действие, вероятно, происходит на Елисейских полях или Марсовом поле – там располагался казачий бивак.

За процессом приготовления пищи казаками с интересом и доброжелательным удивлением наблюдают французы, в том числе повар из расположенного неподалеку ресторана.

Все казачьи полки, за исключением лейб-гвардии Казачьего, жили в полевых условиях. Этому есть объяснение. Еще в 1812 г. при отсутствии централизованного снабжения казаки восполняли недостаток в продуктах и фураже прямыми поборами и грабежом населения. В 1813–1814 гг. случаи мародерства значительно сократились, но, во избежание лишних соблазнов, иррегулярные войска не ставились на постой в дома местных жителей, и даже в городах они ночевали на биваках под открытым небом. В таких условиях казаки, не забывая прихватывать все что плохо лежало, вынуждены были жить, как и встарь, «с травы и воды». Во французских источниках 1814 г. можно найти многочисленные упреки в адрес казаков; например: что «в бытность их пребывания у дворца Наполеона в Фонтенбло они выловили и съели достославных карпов в тамошних заповедных прудах».

Походной быт казаков и приготовление еды на свежем воздухе вызывали неподдельный интерес у парижан. А.И.Михайловский-Данилевский цитировал статью французского журналиста из периодики тех дней: «Парижане смотрят с удовольствием на биваки, устроенные посреди их города. Остатки сена, которое лошади не съели, служат солдатам постелью. Пуки соломы покрывают копья их, приставленные к деревьям, что образует род кровли; а под оною находятся воины и имущество их. Перед каждым биваком разложены огни, где варят пищу; здесь видите воина, который режет мясо, другой рубит дрова, иной чистит оружие или отдыхает, имея изголовьем седло своей лошади».

сфере организации работы с детьми и молодежью» АНО «Малыш и семья»-2011 год.

Сегодняшний наш проект «Центр поддержки материнства и детства «МАДОННА» является продолжением программы профилактики социального сиротства.

Что обеспечило успех этого проекта?

Татьяна Акимова: Понимание цели и правильные технологии.

Светлана Шевченко: Долгосрочность и комплексность проектов, в которых есть модели профилактики и постсопровождения.

Юлия Осташева: Стратегическая продуманность, долгосрочность, план устойчивого развития проекта.

Татьяна Энедко: Совместная деятельность, игровые подходы, но прежде всего неравнодушие и инициативность волонтеров из числа наших сотрудников.

Алексей Миняйло: Хорошая оригинальная идея и исполнение силами единомышленников, культурная направленность, опыт организаторов и энтузиазм детей …

Елена Айвазян: Профессиональная команда организаторов проекта и наличие полного финансирования.

Николай Слабжанин: Ориентация на ребенка, на семью, отработанная и описанная технология (18 лет в России, более 65 в мире).

Надежда Аленина: Продуманные подходы к вопросам воспитания, наличие практики технологий по работе с молодежью, высокий профессионализм экспертов и тренеров, открытость и прозрачность деятельности, неформальный подход к каждому ребенку и проекту в целом, большой опыт организатора, любовь к людям и честность в использовании финансовых средств.

Олеся Деснянская: Использование и адаптация зарубежного и отечественного опыта в данной области, привлечение опытных специалистов: юристов, психологов, социальных работников, — для организации комплексной, системной работы по реабилитации семьи.

Альфия Валиева: Проект позволяет детям раскрыть их возможности, определиться с будущей профессией, а бизнес-структурам — увидеть результаты инвестиций.

Юлия Богданова: Междисциплинарность (в команде работают разные специалисты), системность, привлечение российских и американских экспертов.

Андрей Голощапов: Успех любого проекта с де-

Казачья пляска ночью в лагере на Елисейских полях

Художник изобразил сцену отдыха и ночного веселья казаков.

«Ухарские пляски казаков, их песни и припевы... очень нравились французам», – вспоминал русский офицер И.П. Липранди. После трехлетнего военного напряжения пляска и пение во время короткого ночного отдыха, конечно, становились необходимыми «атрибутами» казачьего досуга в Париже. Хмельные застолья казаков всегда сопровождались пением. Заметим, что во время военных действий вступала в силу вековая казачья заповедь – сухой закон. Не случайно русский генерал А.И. Ригельман, оставивший подробные зарисовки казачьего быта XVIII в., пишет: «Казаки... хотя к питью крепкого напитка и весьма склонны, но самих пьяниц между ними мало. Когда ж будут в походе, тогда они весьма воздержаны». По окончании военных действий выпивка не считалась большим грехом. Во время пирушки казаки выбирали гулебного атамана, который и руководил застольем.

Необычность изображенного казачьего пира в том, что он устроен на Елисейских полях. Как пишет в начале XIX в. свидетель тех далеких событий Федор Глинка, «все пространство между площадью Согласия и Нельискою заставою занято старинными рощами, в которых рассеяны домики, хижинки и разные приюты для гуляющих. С одной стороны показывается Сена со всем, что по ней плывет и около нее движется; с другой, сквозь кущи зелени, видны лучшие дома в Старом Городе... Здесь-то недавно стояли биваком казаки и калмыки наши! Где Дон! Где аулы калмыцкие – и где Париж!».

тишками обеспечивают любовь и забота, с которыми мы их осуществляем. Ведь дети чувствуют искренность во всем.

Сергей Долгов: Наш предыдущий опыт, открытость руководства интерната, доверие детей и поддержка партнеров фонда.

Максим Мотин: Привлечение к реализации программы не только сотрудников филиалов нашей компании по всей стране, но и государственных органов, профессиональных союзов и благотворительных организаций. Соорганизаторами чемпионата являются Российский футбольный союз, Министерство спорта РФ, Минобрнауки РФ и благотворительный фонд «Футбол – детям». Поддержка государственных структур означает, что чемпионат включен в официальный календарь детских и юношеских соревнований РФ и синхронизирован с учебным планом.

Успеху проекта способствует информационная поддержка турнира шести федеральных инфопартнеров, которые регулярно публикуют материалы о ходе соревнований: газета «Спорт-Экспресс», ИА «Интерфакс», портал Чемпионат.com, журнал Total Football, Радио «Спорт» и телевизионный канал «Россия 2».

Наталья Лимина: Благодаря привязке суммы благотворительного пожертвования к объему продаж, удается достигнуть устойчивости и прогнозируемости финансирования программ помощи детям и молодым людям из интернатов.

Вячеслав Горелов: Доброе отношение администрации района и личные связи в структурах, пресекающих беспредел чиновников.

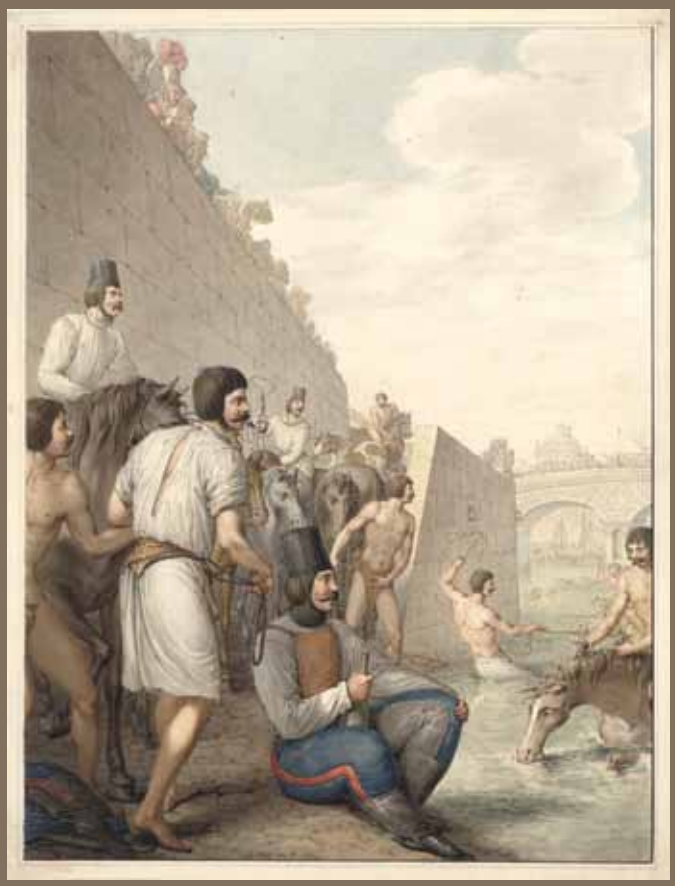
Евгения Полонская: Профессионализм сотрудников и их преданность интересам детей-сирот, регулярная спонсорская поддержка, наличие площадки для проведения программы (домики в деревне), большое количество участников.

Наталья Тимощук: Ее масштаб. Наша компания представлена во всех регионах России и на территории СНГ. И благодаря помощи сотрудников всех территориально распределенных офисов нам удалось провести в каждом из городов-участников яркие детские праздники, подарить долгожданные подарки, о которых мечтали дети.

Галина Григорьева: Неформальный подход и искреннее желание дать детям новый опыт.

Елена Журавлева: Самое главное, что определяет успешность таких проектов, – это профессиональная команда и партнеры (некоммерческие организации), а также грамотно выстроенные коммуникации с медицинскими и детскими учреждениями. Кроме того, большое

Купание в Сене коней



Эта акварель – одна из самых известных в парижской серии Опица. Художник изобразил сцену около моста de la Concord (или Генриха IV), где казаки купают в Сене и поят своих лошадей; с набережной и с моста парижане с интересом наблюдают за происходящим.

Этот рисунок ярче остальных символизирует пребывание русских войск в Париже в 1814 г. и впоследствии неоднократно воспроизводился в различных изданиях.

Жизнь казака, воина по рождению и воспитанию, с раннего детства была связана с конем. В начале XIX в. казак являлся на службу с двумя лошадьми (одна строевая, другая вьючная), экипировкой и оружием. Казаки не нуждались и в продолжительном обучении. «Чувство локтя и стремени» возникало и оттого, что в полку служили земляки – из одной или соседних станиц.

Именно боевой дух и личное мужество позволили казакам в роли победителей вступить в Париж в 1814 г.

Об этом славном времени напоминают стихи Ф.Н. Глинки, в которых он обращается к Западу, напоминая о том, чему сам был свидетелем:

И видел, что коня степного
На Сену пить водил калмык.
И в Тюльери у часового
Сиял, как дома, русский штык!
И сын пределов Енисейских
Или придонский наш казак
В полях раскошных Елисейских
Походный ставил свой бивак...

А.И. Михайловский

Данилевский вспоминал: «В Париже расположены были только отборные войска наши. Рост их, сила, простота образа жизни и самое незнание мест, куда они были заведены службою, все сие возбуждало любопытство жителей... Достойно удивления, как люди и лошади сохранились в столь хорошем положении, потому что они пришли из отдаленных земель, были в частых сражениях и претерпели жестокую и продолжительную зиму...».

значение имеет мотивация волонтеров, а также развитие у них специальных навыков работы с детьми и управления проектами. Поэтому обучение волонтеров должно стать составной частью проекта. Сработал целый комплекс: стремление нашей команды, желание волонтеров, разделение руководством наших ценностей, помощь партнеров. В общем, все вместе.

Артем Мифтахов: Заинтересованность всех участников программы: компании, волонтеров-сотрудников, администрации социальных учреждений.

Татьяна Губина: Безусловно, секрет успеха — это сотрудники Coca-Cola Hellenic. Выезжая на мероприятие, наша команда волонтеров превращается в добрых учителей и наставников, которые легко находят с детьми общий язык, делятся своими знаниями, навыками и с удовольствием обучают их чему-то новому.

Ольга Миронова: Предварительный тщательный анализ проблемы, изучение статистики, направленность на определенную целевую аудиторию, партнеры программы. Это модель трехстороннего взаимодействия: государственного учреждения (дом малютки), НКО (БФ «Дорога к дому») и бизнеса («Северсталь»). Хорошо, если бы было четырехстороннее, то есть еще и партнерство со СМИ. Правильные, продуманные информационные кампании во многом помогают социальным инициативам.

Асият Хабичева: Проведение профилактики без огласки, индивидуальный подход, уважительное отношение к людям, понимание и бескорыстная помощь, умение использовать межсекторное взаимодействие.

Назовите компании, чьи проекты в этой области вам нравятся

Татьяна Акимова: Фамильный фонд Н.В. Тарана, ОАО «Банк АВБ» (Самара), ЗАО «АЛКОА СМЗ», проекты «Фонда Тольятти», Алексея Газаряна.

Светлана Шевченко: фонды «Виктория», «Расправь крылья», «Северсталь», Мегафон, ОАО «РусГидро».

Юлия Осташева: Компания «Базовый элемент» — проект «Мы вместе».

Казаки на улице, ведущей к Вандомской площади

Здесь запечатлено знаменательное событие – снятие 8 апреля 1814 г. статуи Наполеона с Вандомской колонны-постамента. Оживленная толпа парижан устремляется к площади. Однако происходящее здесь мало интересует изображенных художником на первом плане трех казаков на привале. Они заняты своим делом. У казака с бутылкой в руке видны награды: серебряная медаль 1812 г. и высшая награда для нижних чинов русской армии – знак отличия военного ордена, или Георгиевский крест.

О событиях на Вандомской площади рассказывали многие русские офицеры, побывавшие в эти дни в Париже. А.И. Михайловский-Данилевский пишет: «На колонне сей, сооруженной в честь побед французских войск, поставлена была статуя Наполеона, над которою народ с самого вступления нашего в Париж ругался. Он привязывал неоднократно веревку к статуе и таким образом тащил ее вниз при ужасных криках; однажды один француз влез на плеча оной и бил ее по щекам». Он же приводит текст объявления: «От полиции объявляется, что памятник, воздвигнутый на Вандомской площади, состоит под покровительством великодушия Его Величества Императора Всероссийского и союзников его. Находящаяся наверху статуя при теперешних обстоятельствах не может более там оставаться, почему ее заменить изображением мира».

Сохранилось свидетельство очевидца. Офицер-артиллерист И.С. Жиркевич вспоминает: «Я был свидетелем снятию статуи с аустерлицкой колонны на Вандомской площади... Новое же временное правительство распорядилось закрыть статую белым холщовым покровом, а через несколько дней начало устраивать блоки наверху площади колонны, с той целью, чтобы на них поднять статую с места, а потом спустить ее... Я пришел на площадь уже тогда, когда статуя была поднята и частью уже занесена на край колонны; народу собралось несколько тысяч, но такая была тишина, что слышно было каждое слово распорядителя работами; статую спустили, и народ разошелся в безмолвии».

Сохранилась гравюра Г. Опица, на которой изображен сам момент снятия статуи Наполеона с Вандомской колонны с помощью натянутых со всех сторон площади веревок и деревянного блока. На гравюре толпа не безмолвствует, а живо реагирует на событие, демонстрируя все оттенки эмоций.

Татьяна Энедко: ОМК, где руководители компании усыновили детей, что стало сильным нравственным примером для всех сотрудников.

Елена Айвазян: БФ «Ключ», «Детские деревни «SOS», терапевтическое сообщество «Китеж» (Калужская область).

Николай Слабжанин: «Китеж», «Отчий дом».

Надежда Аленина: ФК JP Morgan – донор нашего первого проекта.

Олеся Деснянская: КПМГ, United Way, Ernst & Young, Ренова.

Юлия Богданова: ОАО «Северсталь».

Сергей Долгов: Я, к сожалению, не знаю о таких.

Максим Мотин: Нравится проект «Мособлбанка» — футбольный клуб «ШКИД». Это команда, полностью состоящая из выпускников детских домов, которые благодаря соревнованиям, участию в чемпионате России, адаптируются, находят друзей, обретают цель в жизни.

Наталья Лимина: Мне нравится совместная акция холдинга «Объединенные кондитеры» и фонда «Подари жизнь». При покупке шоколада «Аленка» один рубль отчисляется на программы помощи детям фонда «Подари жизнь».

Вячеслав Горелов: Мы так мало общаемся. Никто не хочет объединяться, каждый варится в собственном соку.

Евгения Полонская: Нас поддерживали «ЭксонМобил Раша Инк», UBS (программа «Дача») и Ernst & Young (программа поддержки социально незащищенных молодых мам).

Ирина Осипова: АНО «Партнерство каждому ребенку», «Родительский мост», «Ключ», фонд Тимченко.

Галина Григорьева: Из тех компаний, что на слуху, могу назвать «Уралсиб» и «Северсталь». Они выбрали очень важные направления – профилактика сиротства, получение образования.

Артем Мифтахов: «Северсталь», «Трансаэро», «Мегафон».

Ольга Миронова: Нравятся проекты фонда «Виктория» («Уралсиб»). Они сейчас с пост-интернатной адаптации детей-сирот переключают свою работу на проекты укрепления семьи, то есть на профилактику сиротства.

Асият Хабичева: Фонд профилактики социального сиротства.

У статуи Аполлона в музее

Произведения изящных искусств, свезенные Наполеоном из многих европейских стран как «военные трофеи» и ставшие украшением французских музеев, по настоянию императора Александра I, остались в Париже. В мирном договоре 1814 г., подписанным союзниками с Францией, о возвращении культурных ценностей ничего не говорилось – в первую очередь, благодаря русскому царю. Он считал, что музейные коллекции, хотя и собранные с помощью оружия, будут в Париже более доступны для всех жителей Европы.

Русские не преминули воспользоваться возможностью познакомиться с шедеврами мировой культуры. Многие начинали свое знакомство с Парижем с посещения музеев. Об этом свидетельствуют воспоминания и дневники русских офицеров. Так, артиллерийский офицер И.С. Жиркевич вспоминал: «Время препровождения моего заключалось по утрам в обзоре достопримечательных мест в Париже, начиная с Луврского музея и кончая китайскими банями (bains Chinois), в которых китайского только и есть, что их название. Больше же всего я полюбил Ботанический сад (jardin des Plantes). Обедывали мы чаще всего в Пале Рояле у “Very” и “Freres Provencaux”, а также и в других ресторанах. Вечером непременно отправлялись в какой-либо театр».

Некоторые описывали свои впечатления от увиденного. Н.Н. Муравьев-Карский вспоминал: «Я был в Musee Napoleon в “gallerie des Tableau”, измерил шагами залу в сей галерее, она имеет более 300 шагов в длину. Я не был в состоянии судить о красоте картин и статуй, но невольным образом останавливался перед лучшими и восхищался ими. Видал знаменитого Апполона Бельведерского и Венеру и множество древних статуй, привезенных из Рима».

Назовите организации/ специалистов из НКО или госсектора, экспертов, которые вам нравятся

Татьяна Акимова: Алексей Газарян.

Елена Айвазян: Фонд «Преображение» сотрудничает с генеральным директором фонда Тимченко — М. Морозовой, с директором РК МБОО «Детские деревни-SOS» Н. Слабжаниным, с руководителем Предпринимательского сообщества Сколково М. Карповым, с руководителем команды Cloudwatcher Р. Абдикеевым и с другими некоммерческими организациями. Мы готовы работать с вузами, имеющими бизнес-инкубаторы, студенческие объединения, ориентиром которых является социальное предпринимательство (особенно готовящих специалистов в области архитектуры, ландшафтного дизайна, развития территорий, сельского хозяйства, программистов). Наш фонд нуждается в поддержке СМИ, волонтеров и бизнеса.

Николай Слабжанин: Мы сотрудничаем со всеми, кто разделяет наши ценности.

Надежда Аленина: «Большие братья, Большие сестры» - фонд, разделяющий многие наши позиции в подходе к работе с сиротами, психологический центр «ДОМ» и его руководитель С. Шишкова, эксперты Е. Селенина, В. Васяева, Л. Воробьева, Р. Совдагаров.

Олеся Деснянская: «Росток», «Предание», Фонд Вл. Смирнова, CAF Россия, «Перспективы», Центр лечебной педагогики, «Вверх», «Большая перемена», ИРСУ, «Промама».

Юлия Богданова: «Отказники», ИРСУ, «Промама», «Аистенок», «Детский проект».

Андрей Голощапов: Наиболее активно в рамках этих проектов мы сотрудничали с такими организациями, как «Здоровая планета» и «Домик детства» (Самара).

Сергей Долгов: «Вверх», «Волонтеры в помощь детям сиротам», «Дети наши», Cloudwatcher.

Максим Мотин: «Мозаика счастья», БФ «Измени одну жизнь», БФ «Дети.мск.ру». Фондов много и не совсем корректно кого-то выделять. Я назвал лишь тех, с кем наша компания сотрудничает на данном этапе.

Ксения Антипова: Интересен опыт в рамках социального предпринимательства («Детская деревня», «Семейный очаг»).

Ирина Осипова: Мы заинтересованы в сотрудничестве с разными организациями. Беды детской на всех

Выступление уличного фокусника и предсказателя в центре Парижа

Художник изобразил оживленную толпу парижан и двух русских казаков, наблюдающих за выступлением бродячего актера, – тот, расстелив на земле коврик и расставив аксессуары, веселил народ карточными фокусами и раздачей конвертов с предсказаниями.

Русских в Париже поражало обилие актеров, театров и зрелищных представлений. В воспоминаниях офицера 1-го егерского полка М.М. Петрова читаем: «Вообще стихия парижан – буря всех страстей. Там на каждом малом пространстве, особливо булеварного проспекта и Елисейских полей, везде призывы сердец к наслаждениям. Тут показывают выученных зверей, птиц, рыб и гадов, фокус-покусы, фантасмагории, панорамы и волшебные фонари, или танцы великолепных кадрилей на натянутых проволоках и веревках, или огнецветные китайские изделия, сгорающие при звуках приятнейшей гармоники с особливо изумительною прелестию переливов и блесков».

В связи со Страстной неделей с 23 по 29 марта (4–10 апреля) 1814 г. и говением Александра I вышел приказ генерал-губернатора Ф.В. Остен-Сакена о запрете русским посещать театры и увеселительные заведения: «Государь император надеется и уверен, что ни один из русских офицеров, в противность церковного постановления, во все время продолжения Страстной недели спектаклями пользоваться не будет, о чем войскам даю знать». Но даже без посещения в этот период театров русские офицеры не остались без зрелищ на улицах Парижа. Не случайно Федор Глинка в «Письмах русского офицера» процитировал перевод купленного на улице сочинения, где от имени покидающих Францию русских воинов говорилось: «Мы никогда не забудем ваших чудесных трактирщиков, купцов и конфетчиков... Актеры и актрисы, певцы и певицы, прыгуны и прыгуньи, прощайте! Мы уже не будем более есть апельсинов в комедии, восхищаться прыжками в опере, забавляться ухватками плутоватых гаеров на булеварах, мы не увидим чудесных прыгунов по канату в Тиволи, обезьян на площади Музеума, ораторов в Антенеи и китайских теней в Пале-Рояль».

хватит, нужно работать всем вместе, только в этом случае можно что-то изменить в лучшую сторону.

Галина Григорьева: Хотелось бы сотрудничать с теми организациями, которые ставят измеряемые цели и эффективно работают над их достижением, решают различные вопросы, связанные с проблемой сиротства, и имеют серьезные программы для разрешения этой проблемы.

Артем Мифтахов: Стоит отметить Центр «Вверх» и Дарью Алексееву, они делают очень интересные и, самое главное, эффективные проекты.

Татьяна Губина: Боровский центр социальной помощи семье и детям «Гармония», «Красный Крест», фонды «Подсолнух», «Чашка чая», «София».

Ольга Миронова: У БФ «Дорога к дому» выстроилось долгосрочное сотрудничество с Министерством экономического развития РФ, правительством Вологодской области, мэрией Череповца, Национальным благотворительным фондом. Мы рады сотрудничеству с ОАО «Лукойл», фондом «Виктория». Наши давние партнеры – «Форум Доноров» и РСПП, Череповецкий госуниверситет. Сейчас БФ «Дорога к дому» активно сотрудничает с российским и международным экспертным сообществом в сфере профилактики сиротства и семейными формами устройства детей: Александрой Маровой, Еленой Альшанской, «Волонтеры детям-сиротам», «Партнерство каждому ребенку», «Детские деревни-SOS». Выстраивается партнерство с американским фондом «Кидсейв», шведскими организациями.

Асият Хабичева: Фонды профилактики социального сиротства, «Возрождение и Надежда», Национальный фонд защиты детей от жестокого обращения, журнал «Бизнес и общество».

Планирует ли ваша организация помогать сиротам, и что для этого нужно?

Татьяна Акимова: Да, это есть в наших планах. Для этого нам необходимы желание топ-менеджмента и бюджет.

Светлана Шевченко: Да, для этого нам нужны бюджет и поддержка органов власти (администрации в городе, губернатора в регионе).

Татьяна Энедко: Да, для развития существующих практик на постоянной основе нам необходимы желание руководства и средства.

Кукольное представление в кафе

Художник изобразил сценку в кафе, где русские казаки пьют вино, ухаживают за француженками и развлекаются кукольным представлением, которое устроил для них юный парижанин. Он одновременно играет на дудке, на барабане и движением ноги заставляет плясать своих кукол. В России театр марионеток был тогда большой редкостью, и поэтому происходящее вызывает у русских явный интерес.

После трехлетних лишений военно-походной жизни многие русские в Париже просто наслаждались комфортной жизнью, гастрономическими изысками и всем тем, что мог предоставить человеку один из лучших городов мира. Тем более что в Париже русским войскам выдали причитающееся жалование за год. Н.П. Ковальский с удовольствием вспоминал о дешевизне ресторанов и кафе: «Обед вообще обходился нам тогда дешево. Мы пользовались большим кредитом в лавках и магазинах». Стоит заметить, что русские привыкли обедать в полдень, а французы – в 6 часов вечера. Мемуаристы отмечали, что и гастрономические вкусы у русских и французов далеко не всегда совпадали, о чем упоминал А.Д. Чертков: «Французы никогда не едят суп, заправленный овощами или вермишелью, с хлебом и смеются над нами каждый раз, когда мы едим похлебку с хлебом». Забавный эпизод, связанный с посещением ресторана, описал в своих записках А.Я. Миркович: «Нам указали хороший ресторан, и мы в него ввалились в большом обществе наших офицеров. Сели за стол, кушанье подают очень порядочное, и нам в особенности хорош показался белый соус с ножками молоденьких цыплят, как нам по виду и по вкусу показалось. Счастливый гарсон, заметивши, что это блюдо нам понравилось, тотчас предложил – “не угодно ли вам повторить: все находят, говорил он, что у нас отлично приготовлено это блюдо, потому что мы всегда добываем самых лучших лягушек”. Мы остолбенели!... но я поспешил ему сказать: “не надо, благодарим, подавайте следующее”».

Елена Айвазян: Фонд «Преображение» ведет системный проект, который может быть реализован при наличии бюджета, организации движения волонтеров для участия в проектах фонда, объединения бизнес-сообщества, сотрудничества с НКО и поддержки СМИ.

Николай Слабжанин: Мы планируем помогать детям-сиротам, для этого нам нужен бюджет.

Надежда Аленина: Для оказания помощи детям-сиротам необходимы средства, мы пишем заявки и получаем финансирование на общих основаниях.

Юлия Богданова: Мы занимаемся этим только в формате сопровождения служб жизнеустройства. Для успешной деятельности в этом направлении нам необходимы желание топ-менеджмента, бюджет, партнеры из НКО, поддержка органов власти на региональном уровне, понимание контекста проблемы, возможность обращаться к экспертам и обмен опытом с другим бизнесом.

Андрей Голощапов: Мы продолжим помогать детям-сиротам. Мы юридическая компания, и у нас лучше всего выходит решать проблемы людей в правовой плоскости. А сироты очень часто нуждаются в юридической помощи, так как остаются наедине с порой жестоким миром, в котором им некому подсказать, как правильно вступать в те или иные отношения с позиции закона, как себя защитить.

Максим Мотин: «Мегафон» активно содействует фондам в различных проектах, направленных на помощь и социальную адаптацию детей-сирот, это составляющая нашей политики благотворительной деятельности. Помимо собственных проектов, мы также содействуем фондам в реализации их идей, например, по созданию собственных программ поддержки и социализации детей-сирот, постинтернатного сопровождения, образовательных программ. Значительно меньше идей по профилактике сиротства. Однако разобщенность региональных благотворительных фондов, их ограниченные возможности по сопровождению проектов, недостаточное вовлечение волонтеров в программы приводят к тому, что большинство предлагаемых к поддержке проектов являются краткосрочными или очень узконаправленными. У нашей компании есть желание и возможность помогать, мы рады получать от НКО еще больше интересных, перспективных и эффективных программ поддержки сирот. Экспертные советы НКО в определении направлений благотворительности, которые реально бы способствовали решению проблемы сиротства, также немаловажны.

Наталья Лимина: «Перспективы», конечно, будут продолжать работать с детьми с тяжелой инвалидностью из интернатов и не только. Но для этого нам нужна поддержка бизнеса и власти – как региональной, так и федеральной.

Казаков приглашают зайти в кофейню

Художник изобразил прогулку казаков по городу и постарался показать заинтересованное отношение к ним парижан. Мужчина приподнимает шляпу в знак признательности за полученную от казака монетку, женщины приглашают их посетить кофейню, над которой висит вывеска с перечнем продающихся здесь напитков. У казака в синей куртке на груди художник изобразил серебряную медаль 1812 г. и Георгиевский крест, у казака в красной куртке – только серебряную медаль 1812 г. на Андреевской голубой ленте.

Почти идиллическую картину нарисовал в своих воспоминаниях А.И. Михайловский-Данилевский: «Они [парижане] воображали найти в нас людей необразованных, изнуренных походами, говорящих языком, для них непонятным, в странных одеждах, с зверскою улыбкою предающихся грабежу, и не могли поверить глазам своим, видя красоту русских мундиров, блеск оружия, веселую наружность воинов, здоровый цвет лица их, ласковое обращение офицеров и слыша остроумные ответы их на французском языке. В скором времени известие о невероятных свойствах их победителей перелетало из уст в уста; похвалы русским гремели повсюду; женщины из окон и с балконов махали белыми платками, приветствовали нас движением рук...».

В записках Н.Н. Муравьева-Карского находим не менее интересное свидетельство: «Парижанки приходили продавать водку a boire la goutte... Наши солдаты скоро стали называть водку берлагутом, полагая, что это слово есть настоящий перевод сивухи на французском языке. Вино красное они называли вайном и говорили, что оно гораздо хуже нашего зелена вина. Любовные похождения назывались у них трик-трак, и с сим словом достигали они исполнения своих желаний».

Вячеслав Горелов: Чтобы продолжать оказывать помощь детям-сиротам, нам необходимы разовая господдержка проекта и разовое софинансирование 50/50 для самоокупаемости проекта.

Дмитрий Калашников: Чтобы продолжать помогать детям-сиротам, нам нужны партнеры из НКО, бюджет и поддержка органов власти на местном, региональном и федеральном уровнях.

Оксана Критикова: Для решения проблем социально неблагополучных детей без стимулирования социального иждивенчества необходимо объединение усилий бизнеса, НКО, органов власти и управления. Оптимальный вариант — интеграция программ корпоративного волонтерства в городские программы поддержки сирот и социальных сирот.

Наталья Тимощук: Да, программа социальной ответственности Softline в этом направлении активно развивается. Мы рады рассматривать возможность реализации новых проектов, в том числе и в тандеме с другими компаниями.

Ирина Осипова: Для успешной работы в этом направлении нам необходимы желание топ-менеджмента, привлечение дополнительных средств на расширение деятельности и трансляцию успешных программ в регионы РФ, партнеры из НКО, которые предоставят экспертную помощь, а также поддержка органов власти на региональном и федеральном уровнях.

Галина Григорьева: Безусловно, до тех пор, пока в нашей стране есть дети, которые живут в государственных учреждениях, от этой темы невозможно отстраниться. Конечно, мы будем продолжать поддерживать проекты для детей-сирот. Чем больше сторон вовлечено, тем лучше. Необходимы некоммерческие партнеры, финансирование, поддержка органов власти на всех уровнях, участие тех сторон, которые готовы заниматься этим неформально.

Елена Журавлева: Социальные программы должны быть связаны с основным бизнесом компании, должна быть понятна цель и мотивация. Бизнес должен быть заинтересован. Тогда компании будут развивать подобные проекты, ожидая, что эти дети потом придут к ним работать. Программы профориентации в перспективе обеспечат компанию новыми сотрудниками, участие сотрудников-волонтеров улучшает психологический климат в коллективе, повышает лояльность сотрудников и репутацию компании на рынке и т.п. Важно всегда ставить перед собой вопрос «зачем?», и тогда будет проще определиться с инструментами, ресурсами и привлечь сторонников.

Наталия Токмакова: ОАО «Северсталь» на базе БФ

Уличная сценка: казаки и торговки рыбой и яблоками

Об общении русских с местными жителями один из участников войны вспоминал: «Нам представилась многочисленная толпа народа, наполнившего всю улицу и с нетерпением ожидавшего нового и редкого спектакля: взглянуть поближе на неприятелей. Вскоре жители высыпали на заставу и рассеялись между нашими солдатами; появились торговки с разными съестными припасами в корзинках и с бочонками на шее. Все громко предлагали свой товар: – La chale, messieurs, la chale, qui vent la chale!– кричала одна. Les oeufs frais, messieurs!– возглашала другая и проч. Все эти продавцы скоро рассеялись по лагерю, смело и без всякого опасения продираясь между солдатами. Забавно было видеть наших служивых, старающихся любезничать с торговками, и ловкость сих последних, которые понимали намерения, не разумея слов».

Прапорщик лейб-гвардии Семеновского полка И.М.Казаков писал в своих мемуарах: «Как нам, так и солдатам хорошее житье было в Париже; нам и в голову не приходила мысль, что мы в неприятельском городе ...Солдат наших тоже полюбили – народ видный, красивый. Около казармы всегда куча народа, и молодые торговки с ящиками через плечо, с водкой, закуской и сластями толпились около солдат на набережной перед казармой».

«Дорога к дому» реализует с 2006 г. долгосрочную программу «Дорога к дому» в Череповце, а с 2011 г. еще в шести субъектах РФ. Программа была инициирована А. Мордашовым. Он лично активно участвует в мониторинге ее деятельности, привлекает к ее реализации бизнес-партнеров в регионах, а также содействует участию государственных структур регионов в реализации и поддержке проектов программы.

Татьяна Губина: Основная задача на текущий год — проведение мероприятий, направленных на социальную и профессиональную адаптацию детей-сирот и детей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации.

Ольга Миронова: Для работы в этом направлении необходимы желание топ-менеджмента, бюджет, партнеры из НКО, предоставляющие экспертную помощь, внешний аудит, обучение новым технологиям. Разумеется, нужны поддержка органов власти на федеральном и региональном уровнях и сотрудничество со СМИ.

Асият Хабичева: Мы продолжим помогать детям-сиротам. Желание топ-менеджмента является важным условием этой деятельности. Разумеется, необходимо также финансирование. Нам нужны поддержка органов власти на региональном и муниципальном уровнях и более тесная связь с общероссийскими НКО.

Готовы ли вы объединиться с другими компаниями для реализации подобного проекта и на каких условиях?

Татьяна Акимова: Мы готовы объединяться с коммерческими компаниями и НКО, чтобы реализовывать эффективные программы и проекты для детей-сирот.

Светлана Шевченко: Мы готовы к партнерским проектам и к реализации проектов на долгосрочной основе.

Алексей Миняйло: Да, мы готовы объединяться на условиях обмена опытом или обучения нашей программе. Крупным компаниям мы можем предложить построение системы корпоративного волонтерства.

Елена Айвазян: Фонд готов к различным вариантам взаимодействия. Это может быть создание ассоциации, вхождение инвестора в Попечительский совет, избрание Президентом фонда, совместные акции. Это могут быть и коммерческие условия взаимодействия (например, отчуждение части актива). Начало сотрудничества может быть положено совместными акциями или летними форумами.

Казаки на рынке

В изображенной сценке беседы-покупки съестных припасов донской казак с серебряной медалью 1812 г. на груди приценивается к домашней колбасе, а второй русский в крестьянской одежде отрезает от колбасы кусок на пробу. В общении русских с парижскими торговками ощущается взаимная доброжелательность и интерес.

Появление рядом с казаком фигуры крестьянина – не фантазия художника. Большинство русских дворян во время военной службы и походов имели при себе крепостных в качестве слуг.

Стоит заметить, что высшие военные чины предпочитали использовать именно казаков для несения ординарской или вестовой службы. Казаки-ординарцы отличались расторопностью, сметливостью, ловкостью, умением общаться с самыми разными людьми и быстро выполнять любые поручения – в том числе и такие, как покупка провизии.

Николай Слабжанин: Готовы, условия определяют возможности партнеров.

Надежда Аленина: Мы за открытость и взаимодействие. Мы приглашаем коллег на все наши мероприятия. Мы за плодотворное сотрудничество и расширение партнерства.

Олеся Деснянская: Да, конечно, у нас огромное поле деятельности, где каждый может найти интересную для него область применения сил.

Юлия Богданова: Да, мы открыты для сотрудничества.

Сергей Долгов: Мы готовы объединяться на условиях взаимовыгодного партнерства.

Максим Мотин: Конечно! И мы активно ищем партнеров. Например, мы с радостью присоединились к программе «Образование для всех», участие в которой предложил нам Samsung. Также мы участвуем в проекте БФ «Детские домики», в рамках которого более 1000 детей с инвалидностью получат дополнительное образование.

Наталья Лимина: «Перспективы» — члены двух коалиций НКО.

Вячеслав Горелов: Готов. Мы планировали межрегиональный «Центр подготовки фермеров» из числа сирот, оказавшихся в сложной жизненной ситуации. Мы готовим группу из региона, затем они возвращаются в регион – в свои усадьбы, агродеревни.

Евгения Полонская: Наш фонд уже работает с выпускниками детских домов, и мы планируем продолжать эту деятельность.

Дмитрий Калашников: Готовы! На взаимовыгодных условиях.

Ирина Осипова: Мы готовы объединять усилия, ресурсы, делиться технологиями, готовы обучать новым технологиям специалистов, чиновников.

Галина Григорьева: Да, несмотря на то, что компании могут отличаться подходами к управлению. Зато насколько сильнее может быть эффект при объединении усилий. Возможно, следует объединить усилия в осуществлении какого-либо проекта некоммерческой организации, если он эффективен с точки зрения бизнеса.

Елена Журавлева: Безусловно, мы готовы объединяться с другими компаниями и активно это делаем. Например, в прошлом году совместно с аэропортом Пулково проводили крупномасштабное профориентационное мероприятие «Мне бы в небо» для воспитанников Лесогорского детского дома.

Вместе с сотрудниками авиакомпании и аэропорта юные гости приняли участие в экскурсии по аэродрому, поднялись на вышку организации воздушного движения, получили возможность потушить воображаемый пожар, посетили борт Boeing 737. Продолжился праздник в Оте-

ле Crowne Plaza, который стал спонсором своеобразного авиаклуба, где детей не только накормили, но и провели интерактивную лекцию, на которой они познакомились с рядом авиационных профессий, а также приняли участие в деловой игре, посвященной авиации.

Артем Мифтахов: Да, мы готовы к сотрудничеству.

Татьяна Губина: Мы готовы сотрудничать и уже ведем подобную практику с крупными российскими компаниями.

Ольга Миронова: Мы убеждены, что сотрудничество необходимо, оно выигрышно. У нас уже есть опыт взаимовыгодного сотрудничества с «Лукойлом» и «Уралсибом». «Северсталь» рада предложить компаниям «РусГидро» и «Росатом» объединить усилия в проектах по профилактике сиротства в Балакове (Саратовская область).

Что бы вы еще хотели сказать на эту тему?

Татьяна Акимова: Что-то серьезно менять в системе детских домов в нашей стране с помощью проектов бизнеса почти нереально. Но помогать детям можно и нужно. Если это небольшие проекты, мы можем детей научить тому, что им пригодится в жизни. Особенно они действенны, когда в них включается местное сообщество и делает это под руководством тех, кто понимает, что и как нужно делать. Если это инвестиционный серьезный и альтернативный системе проект, то можно сделать очень многое.

Николай Слабжанин: Путь начинается с первого шага.

Елена Айвазян: Строительство детской деревни для детей-сирот является системным проектом фонда. Поддержание такой деревни потребует либо систематических вливаний, либо организации ее жизнедеятельности на принципах самоокупаемости. Поэтому, на наш взгляд, оптимальным было бы создание детской деревни совместно с производственным мини-комплексом, который бы давал возможность работы одному из родителей и являлся бы в дальнейшем возможным местом работы для подрастающих детей, а в последующем – и строительства собственных домов для взрослых детей. Создание экодеревни со своим производством решило бы множество вопросов: от социализации приемных детей до их трудоустройства. Кроме того, создание детской деревни — это и одно из решений вопросов развития территории присутствия фонда.

Надежда Аленина: Для бизнеса поддержка сирот – благотворительность, но надо не задаривать сирот айфонами, тоннами шоколада, а вкладывать средства в их будущее.

Юлия Богданова: Необходимо всем заинтересованным сторонам повышать осведомленность о вреде групповых форм воспитания детей и ценностях и бенефитах профессионального семейного устройства как для детей, так и для общества. Нужно больше рассказывать об успешном опыте локальных НКО и зарубежных организаций, собирать статистику о сиротской теме и выделять средства на исследования.

Сергей Долгов: Необходимо выделить две важные проблемы: во-первых, вопрос постановки неверных диагнозов детям, во-вторых, потоки подарков в интернаты. Вообще вся эта тема требует огромного внимания и изменения шаблона отношения со стороны обычных людей и компаний. Мы готовы в этом участвовать.

Максим Мотин: Мы приглашаем региональные фонды и НКО обращаться в филиалы компании «МегаФон», предлагать нам проекты, которые соответствуют нашей политике благотворительной деятельности. Мы хотим развивать это направление, особенно в регионах.

Вячеслав Горелов: Приглашаем бизнес к софинансированию. У нас готовый учебный центр, три оборудованные учебные фермы, 10 вольеров, мастерская, социальная гостиница на 40 мест, учебный класс. Туристский комплекс – это пять домов, три бани, кухня-столовая для подготовки сирот к самостоятельной сельской жизни. Мы завершаем строительство «Молодежной агродеревни» (пять домов, две фермы, коптильный цех) для выпускников проекта с объединением их в «Молодежный сельхозкооператив». Мы вложили в проект «Школа фермеров» более 16 млн руб., не получив ни рубля для софинансирования проекта.

Дмитрий Калашников: Средствам массовой информации нужно популяризировать суть гражданских инициатив по профилактике социального сиротства, рассказывать о лучших социальных практиках.

Галина Григорьева: Для меня эта тема очень личная. Мне кажется, я представляю себе ощущение ребенка, который не имеет защиты семьи. Мечтаю о том, чтобы как можно скорее государственная система в нашей стране переориентировалась с поиска ребенка для семьи на поиск семьи для ребенка. Тогда и возвратов будет меньше. Проблема эта, наверное, одна из самых тяжелых в нашей стране и требует осознания всем обществом необходимости ее решения. Хорошо, что многие компании стремятся делать не отдельные акции, а целые программы. И лучше всего находить детям семью: все остальное по эффективности даже нельзя сравнивать.

Артем Мифтахов: Компания РУСАЛ и корпоративный благотворительный фонд «Центр социальных программ» оказывают помощь детским домам с 2000 г. За последние годы нам удалось привлечь к работе с детьми более 2000 корпоративных волонтеров. Мы открыты для сотрудничества в новых или в уже существующих благотворительных проектах и заинтересованы в партнерстве, в реализации благотворительных программ, во внедрении эффективных инструментов благотворительности в IT-сфере, в социальном проектировании.

Ольга Миронова: Начинать нужно с анализа социальных проблем в регионах: заказать исследования в этой сфере, найти партнеров, исполнителей, определить цели, задачи, целевую аудиторию, выбрать эффективные технологии, утвердить бюджет и обязательно провести мониторинг и оценку результатов пилотного проекта. А потом успешный проект передать госучреждениям или устойчивой НКО для дальнейшей работы. Также необходимо выстраивать трехстороннее партнерство: власть, бизнес и общество, по возможности подключая СМИ. Чтобы успешно начать какой-либо социальный проект, компании нужны воля, ресурсы, команда и политика в сфере КСО.

От иждивенчества к самостоятельности

Россия, к сожалению, до сих пор лидирует по количеству детей, находящихся в интернатных учреждениях.

В Москве состоялась конференция «Профилактика социального сиротства. Вдохновляющие корпоративные практики». Организаторы – Центр развития филантропии «Сопричастность» и информационно-аналитический журнал «Бизнес и общество» при поддержке компаний "Искусство тренинга", КПМГ, ОАО "Северсталь" и мясокомбината "Кунгурский".

По разным данным, в России от 120 до 700 тысяч детей-сирот и лишь около 10% из них находят свое место в жизни. В этой ситуации компании не остались безучастными. На протяжении многих лет они реализуют проекты в этой области, часть из которых была представлена на конференции.

Организаторы предложили участникам – представителям компаний, НКО, власти, экспертам – профессиональный обмен информацией об опыте и практиках в сфере профилактики социального сиротства, реабилитации и профессионализации сирот.

Первая сессия была организована в форме дискуссии, в ходе которой участники обсудили традиционные и новаторские направления помощи сиротам, которые используют компании: возможно ли и каким образом, повысить КПД благотворительной деятельности в области социального сиротства? Какие направления помощи в этой области целесообразнее выбирать бизнесу, какова тенденция в ближайшей перспективе? Возможно ли объединение государственных и частных программ в этой области?

Елена Тополева, директор АСИ, председатель комиссии по социальной политике, трудовым отношениям и качеству жизни граждан ОП РФ, отметила, что в обществе существует определенный порог возможностей граждан, готовых к усыновлению, опеке или созданию приемной семьи. Чтобы дети воспитывались в семьях или хотя бы иногда имели возможность окунуться в семейную атмосферу, нужно развивать различные формы семейного устройства, а также иной поддержки сирот. Она обратила внимание на необходимость разработки новых методов решения проблемы. Елена отметила, что «бизнес

может сыграть важную роль в выполнении этой задачи. Причем помочь могут не только корпорации, но и их сотрудники. Помощь детям, особенно сиротам, – излюбленная, самая понятная и предпочтительная форма благотворительной деятельности. Но она должна быть осмысленной. Чтобы решить, какая именно поддержка будет наиболее эффективной, важно делать выбор, основанный не только на эмоциях, но и на осведомленности. Помочь в этом могут те, кто уже прошел этот путь, а также экспертные НКО».

Доктор психологических наук, профессор кафедры психологии развития УрГПУ (Екатеринбург) **Александр Лобок** остановился на глубинных комплексах, возникающих у детей при попадании в детские дома. Так, например, ребенок теряет «право» на прошлое и «право» на свое личное пространство, что травмирует и мешает здоровому развитию.

У детей, воспитывающихся в интернатных учреждениях, отсутствует «психологический позвоночник», который позволяет полноценно реализовываться в жизни с опорой на собственные силы. Гигантская проблема таких детей – психологическое иждивенчество, неспособность к выработке самостоятельной жизненной траектории, глубинная неуверенность в себе, высокая склонность к манипулятивным схемам взаимодействия с миром. В результате чего появляются те следствия, к которым мы привыкли: такие дети легко подсаживаются на наркотики и попадают в другие формы зависимости, а самое главное – крайне незначительное количество таких детей оказывается способным построить нормальные семейные отношения.

Илья Дорогойченко, основатель и руководитель детского реабилитационного центра для детей-сирот «Вдохновение», отметил, что материальная помощь ребенку без участия в ней конкретного «заботящегося» человека опасна. У сироты такие же социальные возможности, как и у ребенка из семьи, но они не реализуются из-за отсутствия родительского сопровождения. Близких людей не заменит ни одно учреждение. Выступающий призвал не создавать специальные системы сопровождения сирот, а способствовать помещению ребенка либо в замещающую семью, либо находить «патронирующего» друга. Необходимо создавать площадки для встречи детей-сирот и будущих замещающих семей. Для этого могут быть полезны организации, обеспечивающие такую площадку: семейные клубы, ассоциации и другие. Такие организации становятся мостиком между школой приемных родителей и детскими домами. Выступающий также отметил важность информирования семей о существовании таких проектов, потому что помощь должна прийти вовремя.

О мерах, которые предпринимаются на федеральном уровне для социализации сирот, рассказала **Елена Ворошилова,** заместитель начальника отдела профориентации молодежных социальных проектов и программ Управления молодежных социальных программ и международной деятельности Федерального агентства по делам молодежи (далее – Росмолодежь). Деятельность агентства нацелена на создание общероссийской системы личностной и профессиональной самореализации с едиными стандартами оказания услуг молодым людям на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

Елена обозначила значимость оказания поддержки и необходимость внедрения ряда сервисов для получения информации как самими молодыми людьми (по вопросам профориентации, трудоустройства, психологической поддержки и пр.), так и специалистами (создание федерального информационного портала, аккумулирующего эффективные методики и технологии социальной реабилитации).

Она также отметила значимость объединения усилий органов государственной власти, компаний, НКО и общественных организаций.

В завершении своего выступления Елена рассказала о концепции проведения Росмолодежью второй профильной смены «Будущее России» в Анапе на базе ФДЦ «Смена» для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. В этом году участниками смены станут дети с ограниченными возможностями здоровья из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. В течение двух недель в рамках этого инклюзивного проекта 100 молодых людей пройдут вместе все этапы программы, направленной на профессиональное самоопределение, обучение основам бизнес-планирования и реализации проектов, а также закрепят позитивный опыт посредством выбора и поощрения лучших проектов.

Работу сессии обобщило выступление главного редактора журнала «Бизнес и общество» **Татьяны Бачинской,** которая представила результаты экспертного опроса по обсуждаемой теме. По мнению 30 респондентов – представителей бизнеса и профильных НКО – компании должны заниматься вопросами профилактики социального сиротства и реабилитацией сирот, несмотря на то, что основная ответственность в этом лежит на государстве. Они отметили, что зачастую властные структуры не в состоянии справиться с проблемой.

Большинство экспертов сошлись во мнении, что лучше содействовать социализации детей, чем просто задаривать их подарками.

Среди факторов успешности проектов были названы анализ ситуации, изучение проблемы, проведение исследования, определение целей, задач, целевой аудитории, поиск партнеров, исполнителей, эффективные технологии, утверждение бюджета, мониторинг и оценка результатов пилотного проекта, долгосрочность и комплексность проектов, в которых есть модели профилактики и постсопровождения; передача успешного проекта госучреждениям или устойчивым НКО для дальнейшей работы.

Также важно привлекать к реализации программы не только сотрудников компании, но и представителей государственных органов, профессиональных союзов и благотворительных организаций, а также СМИ.

Для продолжения проекта компаниям необходимо мотивировать волонтеров, нужна поддержка органов

государственной и муниципальной власти, взаимодействие с партнерами из НКО, которые предоставят идею, сопровождение, объекты помощи, экспертную помощь, желание топ-менеджмента, поддержка СМИ, бюджет.

Однако ограниченность ресурсов (в первую очередь коммерческим структурам надо заниматься бизнесом и платить налоги) не мешает компаниям заниматься столь хорошим, нужным делом. Компании готовы объединяться друг с другом в решении это важной для общества проблемы.

Во второй сессии представители компаний рассказали о том, каким образом их организации работают с проблемой сиротства в рамках социальной корпоративной ответственности бизнеса. Организаторы отобрали вдохновляющие корпоративные проекты и попросили спикеров обратить внимание на следующие вопросы: почему подарки и праздники в детских домах зачастую приносят вред, и нужно ли от них полностью отказываться? Какие проекты ломают тенденцию иждивенчества и помогают сиротам гармонично встраиваться в общество? Какова роль НКО и государства в партнерстве по проектам профилактики сиротства и реабилитации сирот?

О благотворительной программе «Дорога к дому» компании «Северсталь» и опыте региональных проектов по профилактике сиротства рассказали **Наталья Поппель,** начальник управления по КСО и бренду ОАО «Северсталь», и **Марина Печникова,** директор благотворительного фонда «Дорога к дому» ОАО «Северсталь» (г. Череповец Вологодской области).

Благодаря успешной реализации городской и областной программ «Дорога к дому» с 2006 по 2010 гг. было принято решение распространить опыт программы в регионы присутствия предприятий ОАО «Северсталь». Одним из приоритетов КСО является развитие местных сообществ, поэтому череповецкий опыт в социальной сфере был взят за основу. Трехсторонняя модель взаимодействия власть-бизнес-общество оказалась применима и в регионах.

В течение 2010-2011 гг. в регионах были проведены экспертные оценки социальной ситуации в отношении проблем семьи и детства; переговоры с представителями местных органов власти и самоуправления о возможности совместной проектной работы; переговоры с социальными ведомствами по подбору базовых учреждений для реализации проектов; поиск НКО-партнеров.

Специалисты программы «Дорога к дому» совместно с командами будущих проектов разработали проекты, отвечающие местным потребностям и нацеленные на изменения социальной обстановки, на поддержку детей и семей группы риска по социальному сиротству, по предупреждению безнадзорности и правонарушений в подростковой среде.

И уже в середине 2011 г. в Балаково, Костомукше, Воркуте стартовали шесть проектов, целевыми группами которых стали беременные женщины, заявляющие об отказе от новорожденного ребенка, дети, лишенные родительской опеки, выпускники детского дома, будущие приемные родители, замещающие семьи, подростки в конфликте с законом.

На сегодняшний момент действуют 10 региональных проектов в Балаково, Волгограде, Красавино, Великом Устюге, Костомукше, Воркуте, Оленегорске. Корпоративные добровольцы проводят благотворительные акции: сборы пожертвований, спортивные мероприятия, профессиональную ориентацию подростков с приглашением на предприятия, туристические походы, а также экологические акции.

Одним из важных элементов мониторинга результативности работы проектных команд являются круглые столы и рабочие группы с представителями органов власти и местного самоуправления, специалистами социальной сферы в регионах. На этих встречах открыто обсуждаются вопросы сотрудничества, результаты работы, а также намечаются дальнейшие пути взаимодействия и поддержки деятельности проектов со стороны местных сообществ.

Ресурсно-методический центр БФ «Дорога к дому» — это еще одно направление деятельности фонда. Центр начал работу в 2011 г. при поддержке компании «Северсталь» и на средства гранта Минэкономразвития РФ.

В 2012 г. благодаря деятельности проекта Центра в обучающих мероприятиях приняли участие более 320 человек (специалисты и волонтеры 95 НКО, 25 учреждений социальной сферы) в 21 регионе РФ, проведено семь семинаров, 15 вебинаров и конференция для руководителей и специалистов НКО с привлечением ведущих российских и международных экспертов.

С 2013 г. Центр работает на средства ОАО «Северсталь» и входит в структуру фонда «Дорога к дому». В этом году были проведены восемь обучающих и проектных семинаров, в которых приняло участие 190 специалистов Программы и учреждений социальной сферы из шести регионов присутствия компании «Северсталь».

На 2014-2015 гг. запланирована деятельность Центра в поддержку СО НКО при софинансировании Минэкономразвития в Бурятии, Карелии и Коми, Амурской, Архангельской, Владимирской, Волгоградской, Вологодской, Калужской, Костромской, Курганской, Ленинградской, Московской, Мурманской, Нижегородской, Орловской, Саратовской, Свердловской, Читинской, Ярославской областях, в Москве и Санкт-Петербурге.

Благотворительный детский фонд «Виктория» в последнее время изменил стратегию, отказавшись от поддержки интернатных учреждений в пользу системных проектов по профилактике сиротства и реабилитации воспитанников детских домов. **Ирина Осипова,** заместитель программного директора БДФ «Виктория», рассказала о программно-целевом подходе к проблемам профилактики сиротства благотворительного фонда.

Выступающая отметила важность работы с кризисными семьями на ранних стадиях неблагополучия. Программа БДФ «Виктория» «Родные и близкие», направленная на профилактику социального сиротства, позволяет выявить семьи группы риска на стадии первичной диагностики. После оценки потребностей детей и семей определяются учреждения-партнеры, разрабатывается индивидуальный план развития семьи (ребенок, заботящийся о нем взрослый, семья). На следующем этапе происходит организация и/или предоставление услуг согласно плану. После мониторинга и оценки подопечные выходят из программы (с последующим наблюдением). Индивидуальное социально-психологическое

сопровождение программы предполагает для семьи в трудной жизненной ситуации заключение договора о социальном патронате (трехстороннее соглашение) и для семьи группы риска заключение соглашения о сопровождении кровных семей (двухстороннее). Программа включает в себя полугодовое визитирование, группы раннего развития, кратковременного пребывания, социального патроната, дневного пребывания.

В программе «Школа семьи» работает Школа приемных родителей «Арбат», в которой подготовлено более 70 семей, мотивированных на принятие ребенка. На начальном этапе Школа отсеивает до 10% кандидатов. А после прохождения курса подготовки до 4% кандидатов из каждой группы, оценив свои силы, ресурсы и риски, решают, что пока не готовы принять ребенка в семью. В программе описана технология подготовки приемных родителей, а также апробирована дистанционная форма для работы с кандидатами, специалистами опеки и школ.

Благодаря программе отработан технологический комплекс для еще одного важного проекта фонда, направленного на семейное устройство детей-сирот – программы «Детская деревня «Виктория» (г. Армавир) для полных приемных семей. Строительство Детской деревни, на территории которой будут располагаться 12 жилых коттеджей и социальный центр, начато в прошлом году. В настоящий момент идет работа по подготовке специалистов-психологов, которые будут работать с семьями, начался отбор приемных семей, будущих участников программы «Детская деревня «Виктория». Открытие Деревни запланировано на май 2015 г.

Продолжаются и программы, направленные на социализацию детей, находящихся в трудной жизненной ситуации. Так, совместная с банком УРАЛСИБ программа «УРАЛСИБ дает надежду: образование – работа – жилье» работает в семи регионах России и направлена на подготовку детей-сирот и детей из приемных и кризисных кровных семей к поступлению в вузы и их поддержку во время обучения.

Ольга Прохода, менеджер по КСО компании «Нестле Россия», поделилась опытом организации «Кулинарных сессий «Готовим вместе» для детей и подростков.

В начале 2009 г. «Нестле Россия» начала серию занятий «Кулинарные сессии «Готовим вместе», гостями которых становятся, как правило, выпускники и воспитанники интернатов, дети с инвалидностью. Сессии проходят раз в два месяца, и цель их – не только научить готовить простые и вкусные блюда, но и помочь ребятам в социализации. В этом гостям помогают корпоративные волонтеры. В гостях у «Нестле Россия» уже побывали подопечные Центра равных возможностей для детей-сирот «Вверх», Центра инвалидов «Пеленг», БФ «Время добра», воспитанники 4-го московского интерната и интерната в п. Ермолино Калужской области, воспитанницы программы «Маленькая мама», которую ведет фонд «Кидсейв интернешнл» и др. Компания всегда рада гостям и приглашает воспитанников других интернатов к себе в гости на кулинарные сессии.

Марина Татарская, директор по связям с общественностью ЗАО «Ферреро Руссия», рассказала о результатах сотрудничества компании с ООО «Видеопаспорт» и благотворительным фондом «Видеопаспорт», председателем Совета директоров которого является Тимур Кизяков, автор и ведущий телевизионной программы «Пока все дома». Информационно-поисковая система «Видеопаспорт» создана в 2007 году Тимуром Кизяковым, Еленой Кизяковой и Александром Митрошенковым. Общероссийская информационно-поисковая система для усыновителей «Видеопаспорт» – это принципиально новый уровень возможностей по формированию видеобазы данных по детям, оставшимся без попечения родителей, работы с ней и обеспечению наиболее эффективного доступа потенциальных усыновителей к этой базе данных, с применением самых передовых цифровых и компьютерных технических достижений.

За два года сотрудничества при финансовой поддержке ЗАО «Ферреро Руссия» было создано 80 видеопаспортов для детей Владимирской, Тульской и Астраханской областей. 58 детей обрели новые семьи, документы еще шести детей находятся в процессе оформления. Компания продолжит сотрудничество с проектом и профинансирует создание еще 90 видеопаспортов.

Юлия Богданова, менеджер корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития КПМГ, с психологами **Татьяной Морозовой и Святославом Довбня** рассказали о программе «Уверенное начало» по улучшению условий и повышению качества жизни семей с маленькими детьми, имеющими риски отставания в развитии по биологическим и/или социально-экономическим причинам, находящихся в трудной жизненной ситуации, включая детей с ограниченными возможностями здоровья раннего возраста (от 0 до 7 лет) в Нижегородской области.

Проект КПМГ реализуется в сотрудничестве с Министерством социальной политики Нижегородской области и Департаментом образования Н. Новгорода и является продолжением проекта «От закрытых учреждений – к семейной поддержке».

Программа направлена на формирование общих взглядов сотрудников профильных государственных служб, на уникальность первых трех лет жизни ребенка, ценность семейных отношений, важность ранней помощи, на возможность действенной помощи. Особое внимание в ней уделяется развитию профессионального сообщества и формированию новых ценностей.

Опыт КПМГ показывает, что для того, чтобы специалисты смогли успешно овладеть новыми технологиями оказания помощи семьям и детям, просветительская программа должна быть очень практически ориентированной и включать большое количество супервизий и разборов конкретных случаев.

Параллельно в пилотных службах началась работа с семьями, имеющими маленьких детей из целевых для данного проекта групп. Это означает внедрение новых технологий в учреждениях-партнерах проекта. На следующем этапе планируется начало мониторинга точек роста и достигнутых изменений.

Светлана Шевченко, директор направления социальных проектов «Искусство Тренинга», бизнес-тренер, представила международный опыт образовательной

программы «Крепкая семья» в системе профилактики социального сиротства в России.

Образовательная программа по развитию социально-психологических компетенций у родителей и подростков (10-14 лет) для улучшения и укрепления взаимоотношений в семье включает диагностику и выдачу рекомендаций семье, тренинговую программу для детей и родителей, развивающие игры, занятия, акции, поддерживающие мероприятия, сайт, журналы, программы.

Программа «Крепкая семья» («My strong family») с 2010 г. успешно реализуется в России компанией «Искусство Тренинга» (www.arttrening.ru) и с 1991 г. в Европе и в США при поддержке Oxford Brookes University (Великобритания) и международного бизнес-сообщества.

Система работы программы включает адаптацию и внедрение программы в работу социальных, психологических, образовательных учреждений в рамках профилактики социального сиротства, защиты детства и укрепления традиционной семьи; психолого-педагогическую и образовательную поддержку семей социально незащищенных категорий и семей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации; обучение и повышение квалификации специалистов по работе с семьями, родителями и подростками.

Доступность, адаптивность и технологичность программы позволяет внедрять ее во многие организации, работающие с семьями. В России программа реализуется в 23 центрах социальной помощи семье и детям, центрах психолого-медико-социального сопровождения, психологических службах школ учреждениях Москвы и Санкт-Петербурга.

В программе приняло участие более 700 семей (75 тренинговых семейных групп) с детьми подросткового возраста, среди которых более 60% находились в социально опасном положении и испытывали трудности в воспитании и общении в семье.

Благодаря участию в программе около 10% трудных семей сохранили право воспитывать ребенка в семье, подростки возвращались в семью после временного пребывания в социальных гостиницах центров социальной помощи. В 60% семей произошло оздоровление семейной коммуникации и на 40% понизился уровень конфликтности и ригидности взаимодействия, на 25% снизилось трудное поведение у детей. Более 50 % отметили повышение сплоченности и понимания во взаимоотношениях.

Вячеслав Горелов, руководитель «Школы фермеров» (Пермский край), организатор молодежной агродеревни, поделился опытом социализации «проблемных» сирот на агрокомплексе «Школа фермеров». По мнению социального предпринимателя, этих выпускников интернатных учреждений не возьмет семья, потому что наиболее полезны для них специализированные трудовые лагеря с социальным эффектом. До 8 человек фермер оставил в своей семье, готовя ребят к самостоятельной жизни. Предприниматель отметил 3 уровня развития проекта. «В гостях у фермера» позволяет использовать семьи фермеров в период летних каникул. Уровень «Дача детского дома» включает строительство на одном из участков дома с огородом. Третий уровень – «Турбаза» – это несколько домиков как для сотрудников, преподавателей, инструкторов, так и для участников проекта. При этом выступающий обозначил возможные препятствия для тиражирования проекта, среди которых зависимость от специалистов, ответственных за летний отдых сирот, недосягаемость выпускников детских домов до 23 лет из-за государственной программы поддержки сирот в РФ, нежелание руководства учебных учреждений направлять подопечных на практику к индивидуальным предпринимателям, считая лучшим вариантом уборку мусора на территории или ремонт в своем учреждении, отсутствие ответственных за судьбу сирот-бомжей после 23 лет.

Мария Захарова, директор по связям с общественностью и ответственному бизнесу Группы компаний «Новард» отметила, что профилактика сиротства – одна из корпоративных ценностей. Компания разрабатывает политику в этом направлении, включая КПЭ с целью оценки результативности и эффекта каждой отдельно взятой инициативы.

Профилактика сиротства реализуется «Новардом» через такие направления работы, как помощь матерям-одиночкам (реализуется проект «Кризисный центр – дом для мамы» совместно со службой милосердия. Компания за последние три года помогла трем матерям родить детей, при этом поддержка включала юридические и психологические консультации, помощь в налаживании отношений с близкими и др.)

Еще одно направление – профессиональная поддержка Желыбинской школы-интерната. Компания начиная с 2012 г. проводит профессиональное обучение детей по специальности «парикмахер», а также занимается духовным просвещением детей, в частности, организацией встреч с духовенством, организует паломнические поездки.

Поддержка Тверского центра «Свеча материнства» (оплаты работы трех психологов, направленная на противодействие абортам), а также профилактическая работа в тверском роддоме №1 позволили нескольким женщинам отказаться от прерывания беременности.

Помощь Центру при Николо-Перервинском монастыре способствует интеграции детей-сирот, детей-инвалидов с обычными детьми в одной образовательной среде.

«Новард» также поддерживает дом сирот при Церкви св. Филиппа митрополита Московского, помогает по хозяйственным и другим вопросам, включая проведение отопления, организацию культурных мероприятий и др.

«РусГидро» направляет силы на социально-профессиональную адаптацию воспитанников детских домов, дает ребятам с непростой судьбой и техническим интересом возможность устроиться на работу на гидроэлектостанции. Об этом рассказала **Елена Аксенова,** директор филиала ОАО «РусГидро».

Программа утверждена председателем Правления ОАО «РусГидро» в мае 2013 г. и реализуется в рамках Концепции опережающего развития кадрового потенциала ОАО «РусГидро» «От Новой школы к рабочему месту».

Цели программы – формирование институциональной среды для социальной и профессиональной адаптации воспитанников детских домов, подготовка технических и рабочих кадров, лояльных и мотивированных на работу в Компании ОАО «РусГидро».

Программа позволяет создавать эффективные механизмы социализации, внедрять инструменты ранней профессионализации, развивать стратегическое партнерство с профильными средними профессиональными учреждениями, создавать эффективные механизмы сопровождения и подготовки выпускников детских домов в процессе их обучения в профильных средних профессиональных учреждениях.

Кроме того, в рамках программы созданы механизмы сопровождения воспитанников детских домов после получения профильных технических специальностей и профессий, а также выстроена система поддержки усыновления/удочерения воспитанников детских домов работниками ОАО «РусГидро».

В результате реализации программы была сформирована и обучена команда корпоративных волонтеров, основная задача которой – успешное сопровождение сирот на этапе их выпуска из детского дома и дальнейшего обучения в СПУ, созданы дополнительные условия и пространство для качественного развития детей. Компания организует деловые игры, познавательные экскурсии и поездки, профориентационные, тренинговые занятия.

Курсы дополнительных занятий позволили повысить образовательный уровень воспитанников, поднять их правовую грамотность, развить технические навыки и инженерное мышление (за счет создания Центров технического творчества на базе детских домов и привлечения компетентных специалистов).

Работа также ведется и с сотрудниками интернатных учреждений через занятия и курсы повышения квалификации, тренинги.

Результатом программы является создание команды экспертов из представителей НКО, психологов, общественных деятелей, юристов.

Настоящим подарком конференции стал мастер-класс **Ольги Мироновой,** старшего менеджера управления по КСО и бренду ОАО «Северсталь».

Ольга представила личный опыт, полученный в ходе стажировки в российско-американской программе «Обмен социальным опытом и знаниями» по теме «Защита детей» в Лос-Анджелесе и Нью-Йорке. В своей презентации Ольга остановилась на истории развития социальной работы в США, на современных тенденциях, проблемах, основных элементах модели системы защиты детей в США, отличиях российской и американской моделей.

Также была представлена статистика американской фостеровской системы, этнические и возрастные особенности детей-сирот в США, схема попадания ребенка в американскую систему защиты детей.

Кроме того, Ольга Миронова рассказала о рекрутинговых агентствах, подыскивающих потенциальных усыновителей или фостеровские семьи для детей-сирот; информационных кампаниях для приемных родителей, уникальном Детском суде в Лос-Анджелесе (Edmund D.Edelman Children's Court), усыновлении подростков в США, о терапевтических центрах для детей с различными нарушениями в поведении, об отличиях постинтернатной адаптации сирот в США и России.

Заключительная часть конференции была посвящена презентации и обсуждению отобранных оргкомитетом конференции проектов НКО. Из 20 проектов были отобраны 10, отвечающих таким критериям, как соответствие тематике и ее целевой аудитории; уникальность и оригинальность; актуальность и своевременность; наличие оценки проблемы, исследований, аналитики; возможность участия бизнеса в проекте и учет его интересов; тиражируемость; жизнеспособность; возможность социального партнерства бизнеса и государства.

Проект в области профилактики социального сиротства, поддержки семей и молодых родителей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации «В гости.ру» общественного движения « Мы — одна семья» представил учредитель и руководитель Центра «Вдохновение» **Илья Дорогойченко.**

Одной из важных задач образования замещающей семьи является помощь семье в процессе адаптации к приемному ребенку. Такая семья в начальный период может испытывать самые разные и зачастую неожиданные трудности. На этом этапе ей может оказаться полезной помощь специалистов и институтов, направленных на ее поддержку. Это позволит предотвратить расформирование новообразованной семьи. Как показала практика, большим ресурсом являются сами семьи друг для друга, при условии возникновения площадки для общения и обмена опытом. Семьи, переживающие сходные проблемы, могут поддержать друг друга, дать совет, поделиться опытом. Замещающие семьи в силу различных психологических и этических факторов закрыты, боятся показать свои трудности и поделиться проблемами. К этому добавляется и то, что общество несет в себе определенный морально-этический фон, который не позволяет замещающей семье быть открытой и доверительной. Проект направлен на помощь семьям стать открытыми, создать площадку для обмена опытом и общения.

«В гости.ру» позволяет создать пространство для замещающих семей в период адаптации по обмену опытом и общению с личностью, которая может быть интересна группе семей. Такой личностью может быть специалист в определенных областях знаний, в которых семьи испытывают актуальную необходимость.

Проект включает в себя: организацию сайта, создание семейной социальной сети для размещения информации о семьях: страничка, блог и т.д. (степень конфиденциальности определяется семьей) с тем, чтобы они могли находить друг друга, выстраивать взаимодействие; информацию о специалистах – психологах, педагогах, врачах, религиозных деятелях и т.д., которые согласны участвовать в проекте и которых можно пригласить на встречу семей (в условиях специального пространства или же в помещении, предоставляемом одной из семей); содержание информации о том, как организовать встречу (организация совместного пространства общения детей и взрослых, отдельно пространства общения взрослых и отдельно пространство общения детей), какие для этого могут быть мотивации; информацию о том, что необходимо для организации встреч (игры, сценарии и т. д.).

Следующим этапом может быть создание оперативного координирующего органа для организации помощи семьям в составе координатора, организатора, ре-

дактора интернет-ресурса, оператора связи.

В рамках проекта также предусмотрена организация работы с семейными содружествами: обеспечение встреч замещающих семей и семей, желающих участвовать в сообществе.

О проекте «Теплый дом» рассказала **Елена Альшанская,** директор БФ «Волонтеры в помощь детям-сиротам». Чтобы поддержать и сохранить семью в сложные для нее времена, не допустив отказа и помещения ребенка в сиротское учреждение, в 2011 г. был создан центр временного пребывания для женщин с новорожденными детьми «Теплый дом». На основе индивидуального плана реабилитации мамы получают комплексную социально-правовую и медико-психологическую помощь, полезные знания и навыки. За это время центр помог 26 женщинам сохранить детей. Елена рассказала о том, что компании могли бы оказать поддержку не только финансово, но трудоустройством, волонтерским участием, про боно.

Представители НКО также рассказали о проектах по профессиональной адаптации и сопровождению выпускников детских домой и людей с ограниченными возможностями. Так, директор благотворительного фонда социальных программ «Галактика» **Ольга Колпакова** поделилась опытом социализации выпускников детских домов, обучающихся в профессиональных лицеях и колледжах Санкт-Петербурга. Программа включает в себя тренинги, творческие студии, кинолектории (просмотр и обсуждение фильмов), совместное проведение праздников, проведение волонтерами игр и акций в учреждениях для детей. В проекте ежегодно участвуют от 30 до 120 детей. Некоторые из сирот уже сегодня смогли найти свое место в жизни, например, открыли собственное дело. Компании могут поддержать «Галактику» продукцией, финансированием программы, участием в самой программе (проведением экскурсий на предприятиях, например), а взамен получают продвижение бренда и, возможно, рабочие руки.

Президент БФ «РАУЛЬ» **Михаил Кривонос** рассказал о проекте «РАБОТА-I» Центра по трудоустройству выпускников детских домов и молодых людей с ограниченными возможностями. Проект уникален тем, что с ребятами постоянно работают профессиональные наставники. Это люди, которые реагируют на проблемы выпускников не просто по долгу службы, а как настоящие друзья, готовые помочь с трудоустройством (через кадровый аутсорсинг) в крупные компании с профессиональным сопровождением.

Фонд обучит сотрудников НКО социальному сопровождению для закрепления ребят на рабочих местах, поможет с профориентацией выпускников детских домов и молодых людей с ограниченными возможностями (год на базе компаний-партнеров).

Результат: масштабирование существующего успешного проекта по трудоустройству и профориентации выпускников коррекционных детских домов и молодых людей с ограниченными возможностями, привлекательный для компаний механизм развития КСО, облегчающий трудоустройство сирот и людей с ограниченными возможностями, и развитие ключевых компетенций НКО.

Помогая в профессиональной подготовке детей, бизнес-партнеры могут развивать стратегии корпоративной социальной ответственности и повышать свой престиж на рынке, а также «воспитывать» себе новых сотрудников. У Михаила поинтересовались, как фонд справляется с проблемой, когда сироты не задерживаются надолго на рабочем месте. Он ответил, что проводится длительное сопровождение ребят, при котором им помогают освоиться и найти общий язык с работодателями. В год фонд находит место работы для 30-40 человек.

Региональная общественная организация «Школа фермеров Пермского края» – детище индивидуального предпринимателя **Вячеслава Горелова.** Предприниматель рассказал о созданном им проекте «Сирота-предприниматель», который ежегодно помогает от 15 до 30 сиротам, выпускникам агротехникумов/агролицеев, имеющим проблемы с трудоустройством и жильем, возглавить крестьянско-фермерские хозяйства (КФХ), стать предпринимателями и фермерами.

На первом этапе организуются курсы социализации и профориентации по основным направлениям агробизнеса в рамках «Летней школы начинающего фермера». После этого воспитанники проходят курсы профессиональной подготовки к самостоятельной предпринимательской деятельности на базе агрокомплекса «Школа фермеров». Затем в «Молодежной агродеревне» проходит стажировка с отработкой элементов самостоятельной предпринимательской деятельности, выдается свидетельств главы КФХ. И последний этап – это трудоустройство в сфере агробизнеса с предоставлением временного жилья.

Проект «От иждивенчества к самостоятельности». Индивидуальные проекты развития воспитанников и выпускников детских домов представила директор благотворительного фонда «Большаяперемены» **Ирина Рязанова.** Основными проблемами воспитанников и выпускников детских домов помимо иждивенческой позиции («я – сирота, мне все должны») и слабого интереса к познанию, выступающая отметила низкую мотивацию к учебе, труду, развитию; неадекватную самооценку; отсутствие элементарных навыков самоорганизации, планирования и недостаточную способность к продуктивному взаимодействию с окружающими людьми для решения своих жизненных задач.

Для каждого участника «Большая перемена» разрабатывает индивидуальный план развития, который учитывает цели студента, его стартовые возможности и жизненные обстоятельства. Опытные кураторы поддерживают участников в преодолении трудностей, возника-

ющих в реальной жизни. В качестве примера был показан небольшой фильм о Людмиле Кутиной, которая в 20 лет с трудом читала, а после учебы живет полноценной взрослой жизнью, осваивает профессию, а в свободное время рисует картины. И так для каждого ребенка с учетом его целей, стартового уровня, психологических особенностей, способа и скорости усвоения материала продумывается индивидуальная программа развития.

В результате более 70% студентов ежегодно показывают положительную динамику в развитии способности самостоятельно решать свои жизненные задачи; 90% получили аттестаты за 9 и 11 классы (из них 50% - выпускники коррекционных интернатов); 62% поступили в колледжи, а 24% - в вузы.

Директор центра-квартиры адаптации детей-сирот «Ступеньки» **Виктория Ефремова** рассказала о проекте, который позволяет сиротам пожить самостоятельной жизнью, приобрести на мастер-классах, встречах и тренингах умения пользоваться бытовыми приборами, искать нужную информацию, планировать бюджет, ориентироваться в городской среде, составлять резюме, формировать домашнюю аптечку и гардероб.

Каждый новый выезд и обучение – очередная ступенька взросления и внутреннего развития сирот. Дети не только выполняют задания в рамках центра «Ступеньки», но и посещают различные городские социально значимые объекты. Проект позволяет выпускникам сиротских учреждений встроиться в новое общественное пространство, получить необходимые знания и навыки, которые помогут им стать самостоятельными людьми после выхода из детского дома. По итогам проводится аттестация выпускников детских домов на предмет владения теми знаниями и навыками, которые дети получали в рамках программ, а также повседневно во время проживания в учреждении.

Дарья Манакова, исполнительный директор «Клуба волонтеров», рассказала о том, что организация на регулярной основе поддерживает более тридцати пяти детских домов и интернатов в двенадцати областях Центрального федерального округа РФ. Основное внимание уделяется учреждениям в поселках, селах и небольших городах на окраинах областей, в которых воспитываются в общей сложности около 4000 детей-сирот, нуждающихся во внимании и помощи.

Главная миссия – поддержка, общение и дружба с детьми из детских домов и школ-интернатов, проведение мастер-классов и занятий, ориентированных на развитие необходимых способностей и бытовых навыков, которые пригодятся детям при первых шагах во взрослой жизни. Также Клуб поддерживает воспитанников после выпуска за стены детских учреждений и помогает выпускникам лучше адаптироваться к новым жизненным условиям.

«Клуб волонтеров» существует с 2004 года и является одним из самых первых массовых волонтерских сообществ в стране. В деятельности организации ежегодно участвуют свыше 3000 волонтеров. Это - менеджеры, юристы, программисты, студенты, руководители предприятий, спортсмены и многие другие представители разных профессий, которые делают все возможное, чтобы изменить будущее детей к лучшему.

Президент Национального фонда защиты детей от жестокого обращения **Александр Спивак** представил проект по профессиональной помощи неблагополучным семьям и детям в регионах присутствия организации. Фонд разработал 26 стандартов эффективных и наиболее актуальных услуг на основе исследования более 1200 материалов о лучших практиках из 74 регионов. К стандартам приложены расчеты стоимости и методические руководства для специалистов, оказывающих услуги. Пакет стандартов апробирован, поддержан экспертным сообществом и рекомендован Министерством труда и социальной защиты РФ.

Использование стандартов выгодно для поддержки проекта бизнесом. Необходимый объем деятельности и финансирования уже рассчитан и не нужны затраты на оценку инициативных предложений; ожидаемые результаты уже проработаны и четко сформулированы; вложения эффективны, так как в основе стандартов апробированные эффективные технологии помощи, дающие реальный результат.

За счет разнообразия услуг в пакете широкий выбор партнеров, услуг, большие возможности за имеющиеся средства.

Гости и участники конференции в очередной раз убедились в ценности и практической значимости такого совместного диалога и возможности обменяться опытом и найти общий язык для успешной реализации подобных проектов, отличающихся особой сложностью и требующих новых и креативных подходов. Главное же, в чем сошлись, пожалуй, все участники конференции, – это необходимость помощи детям при их социализации и профессионализации, а не простое задаривание подарками, что приводит к формированию у воспитанников детских домов иждивенческой позиции и потому мешает полноценно развиваться. Таким образом, проблемы сиротства, изначально лежащие в социально-экономической сфере, порождают другие - психологические. И решение их требует ответственного и глубокого подхода.

Взаимодействие бизнеса и НКО может быть очень полезным для обеих сторон. Например, компании дают рабочие места, а получают рабочие руки. Общение на эту и другие темы активно происходило и в неформальной обстановке, во время кофе-брейков и по завершении конференции. И будем надеяться, что организации, ранее выразившие готовность сотрудничать, действительно нашли себе новых интересных партнеров.

ДОНОРЫ, НКО И ЭКСПЕРТЫ ОБСУДИЛИ ЦЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

XII ежегодная конференция Форума Доноров собрала экспертов в области благотворительности, экономики, социологии, права. Участники обсудили, какие ценности и мотивы лежат в основе сегодняшней филантропической деятельности различных организаций. Также на конференции состоялось финальное голосование и награждение победителей третьего конкурса фотографий «ОБЪЕКТИВная благотворительность».

На секциях обсуждались вопросы мотивации профессиональных кадров в благотворительности, пиара и эффективности, презентовались исследования в области ценностей и мотивов благотворительности. На круглых столах говорили об информировании доноров о паллиативной помощи, о поддержке организационного развития и финансовой устойчивости НКО, о сохранении семейных ценностей.

На дискуссии «Мотивы и ценности благотворительности: от доноров к институтам и обществу» Владимир Балакирев представил первые результаты исследования ценностей благотворительных фондов, проведенного компанией «Процесс Консалтинг» по заказу Форума Доноров. По данным исследования, 41% российских фондов имеют официально утвержденный перечень ценностей и считают важным об этом говорить, полагая, что «пока в организации нет определенности на уровне ценностей, невозможно строить свою работу и двигаться дальше». В то же время более половины от числа опрошенных фондов (59%) не прописывают ценности и уверены, что в первую очередь «ценности должны проявляться в делах». В западных фондах в списке ценностей на первом месте стоят честность и порядочность, профессионализм и высокое качество, тогда как российские фонды поставили на первое место информационную открытость и добросовестность. В число других ценностей, наиболее часто упоминаемых фондами, вошли профессионализм, инвестиции в будущее, законопослушность, командная работа, эффективность использования средств, доверие, подотчетность и результативность. Полностью результаты исследования будут представлены в Ежегодном докладе Форума Доноров зимой 2015 г.

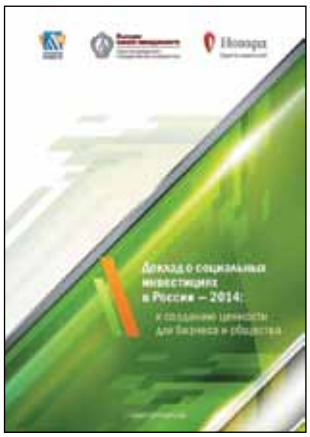
Горячую дискуссию вызвала тема «Пиар благотворительности: стандарты, практика и результаты». Как не только донести информацию, но и транслировать ценности, на которых строится работа благотворительной организации, почему СМИ по-прежнему неохотно говорят на эту тему, как заинтересовать журналистов и помочь им уйти от стереотипов? Собравшиеся признали, что пиар благотворительности необходим, и некоммерческие организации должны включать в смету расходы на работу со СМИ и общественностью. При этом отмечалось, что в продвижении нуждаются не только конкретные проекты, но и общие принципы благотворительности: подотчетность, открытость, прозрачность и др. Одновременно с этим нельзя не признать дефицит социальных журналистов в стране, которые не хватались бы за громкие истории и жареные факты, а умели думать, анализировать и разбираться в проблемах, над решением которых и работают благотворительные фонды.

На секции «Мотивы и ценности благотворительности глазами исследователей» Елена Петренко представила исследование «Гражданское участие в российском обществе», проводимое Фондом «Общественное мнение», Роман Склоцкий из RVVZ Foundation рассказал об Исследовании предпринимательского опыта Сколково, которое выполняется Центром управления благосостоянием и филантропии РЭШ по заказу Рубена Варданяна. Директор по связям с общественностью и ответственностью бизнеса «Новард» Мария Захарова презентовала первые промежуточные результаты исследования «Ценностные основы социальной деятельности российского бизнеса», которое по заказу группы компаний «Новард» выполняют КПМГ и Фонд «Единое общество» при поддержке «Опоры России».

Заключительное заседание прошло в форме интерактивной дискуссии «Филантропия: вне времени, вне пространства», на которой в игровой форме участники смогли увидеть, как ценности одной и той же организации модифицируются на разных уровнях: от сотрудников до совета директоров и учредителей фонда.

Конференция прошла при поддержке Минэкономразвития РФ, ГМК «Норильский никель», En+ Group и БФ Елены и Геннадия Тимченко.

АССОЦИАЦИЯ МЕНЕДЖЕРОВ ПРЕДСТАВИЛА ДОКЛАД О СОЦИАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЯХ В РОССИИ



В зале заседаний Московской Биржи состоялась презентация «Национального доклада о социальных инвестициях в России 2014: к созданию ценностей для бизнеса и общества», подготовленная Ассоциацией менеджеров совместно с Высшей школой менеджмента СПбГУ при поддержке группы компаний «Новард».

Председатель Комитета по КСО Ассоциации менеджеров Игорь Соболев отметил актуальность проведения заседания в здании Московской Биржи, потому что системное развитие для

Казаки на рынке

В изображенной сценке беседы-покупки съестных припасов донской казак с серебряной медалью 1812 г. на груди приценивается к домашней колбасе, а второй русский в крестьянской одежде отрезает от колбасы кусок на пробу. В общении русских с парижскими торговками ощущается взаимная доброжелательность и интерес.

Появление рядом с казаком фигуры крестьянина – не фантазия художника. Большинство русских дворян во время военной службы и походов имели при себе крепостных в качестве слуг.

Стоит заметить, что высшие военные чины предпочитали использовать именно казаков для несения ординарской или вестовой службы. Казаки-ординарцы отличались расторопностью, сметливостью, ловкостью, умением общаться с самыми разными людьми и быстро выполнять любые поручения – в том числе и такие, как покупка провизии.

большинства компаний начинается с момента выхода на биржу. Устойчивое развитие – важный фактор, который позволяет получить деньги и позиции на бирже.

Юрий Благов, директор центра КСО ВШМ СПбГУ, отметил, что «мы столкнулись с проблемой объективного характера – пик моды на КСО прошел, чему следует много причин и факторов. Именно поэтому важно понять, каковы глобальные тенденции, как мы соотносимся с ними, и на что стоит обратить внимание, если ставить задачу эффективного управления корпоративной социальной деятельностью».

В целом развитие КСО происходит в рамках мировых тенденций, и те проблемы, которые имеем мы, существуют во всем мире. Уже выделена относительно небольшая группа лидеров – 25-30 компаний, которые выстраивают систему управления корпоративной социальной деятельностью, где «система» является ключевым словом.

«Портфель» социальной деятельности распадается на элементы: интеграция, благотворительность, инновации. КСО, так или иначе, подразумевает один из этих элементов. Либо компании осознают, что это единая система, которой нужно управлять, либо они выходят на отдельные уровни, которые понижают эффективность КСО. Если компания придерживается стратегии КСО и не ставит четких целей, то вся деятельность повисает в воздухе.

Встреча собрала лидеров делового сообщества, представителей государственного сектора и международных структур, а также членов общественных организаций. В ходе презентации так же выступили: Вадим Ковалев (АМ), Вероника Кабалина (НИУ ВШЭ), Игорь Коротецкий (КПМГ), Сергей Голованев и Оксана Деришева (Московская Биржа), Бэла Батаева (Финансовый университет при Правительстве РФ), Иван Тимофеев (Российский Совет по международным делам) и др.

Эксперты дали рекомендации для руководителей как частного, так и государственного секторов. Первым предложено рассматривать КСО в рамках единого «портфеля», включающего в себя корпоративную благотворительность, интеграционную и инновационную составляющие, ориентированные на социальную ответственность. Именно поэтому важно проводить обучение в области управления КСО, поддерживать и развивать процесс обмена опытом и распространения практик в этой сфере, разрабатывать отраслевые повестки для решения специфических проблем устойчивого развития компаний, повышения их производительности, эффективности и конкурентоспособности.

Государственному сектору в свою очередь важно осуществлять открытый диалог с бизнесом, содействовать распространению информации о нем как важнейшем источнике удовлетворения материальных потребностей общества, а также о лучших практиках социальной

деятельности компаний. Со стороны госструктур значительно – расширение механизмов многостороннего партнерства, в том числе социального предпринимательства.

Основным выводом состоявшейся встречи явилось мнение, что современное состояние КСО ведущих российских компаний характеризуется двумя особенностями: формированием устойчивой группы компаний-лидеров и общим замедлением процесса интеграции принципов КСО в корпоративную стратегию. При этом в структуре социальных инвестиций сохраняется устойчивая ориентация на «внутренние» заинтересованные стороны, прежде всего на персонал, причем различия в направлениях социального инвестирования по отраслям экономики практически устранились.

ПРОЦВЕТАНИЕ КОМПАНИЙ ВОЗМОЖНО ПРИ ИХ РАБОТЕ НА БЛАГО ОБЩЕСТВА

В подмосковном отеле «Holiday Inn» (Виноградово) в рамках 11-го Международного маркетингового съезда состоялась первая конференция, посвященная социальному маркетингу. Конференция затронула широкий спектр направлений, в числе которых КСО, взаимодействие компаний с благотворительными фондами, социальная реклама и др. Среди выступающих были как представители компаний – МТС, Мегафон, Max Brandson, объединений бизнеса – СОМАР, «ОПОРА Росси», Ассоциация менеджеров, КРОСС, РСПП, Гильдия маркетологов, некоммерческие организации АСИ, «Даунсайд Ап», так и вузов, например, МИРБИС и НИУ ВШЭ.

Модератор сессии «Повышение эффективности корпоративной социальной ответственности», руководитель департамента КСО «КРОС» Ольга Попова-Качелкина выразила надежду, что конференция будет способствовать распространению идей социального маркетинга и увеличению количества компаний, которые начнут выделять бюджеты на социальные проекты, а средний бизнес будет приобщаться к КСО.

Руководитель по социальным программам и спецпроектам «Мегафон» Максим Мотин рассказал о проекте компании и фонда «Измени одну жизнь» «Будущее зависит от тебя». Он направлен на поиск семей для сирот – участников Открытого чемпионата России по футболу среди детских домов и школ-интернатов. Благодаря совместной инициативе создаются видеоанкеты и собираются деньги для создания коротких фильмов обо всех участниках чемпионата. Проект существует уже полгода, и за это время четверо детей обрели семьи.

Директор по развитию БФ Константина Хабенского Татьяна Климова и руководитель благотворительных программ МТС Алексей Меркутов представили проект «Поколение Маугли». Он способствует развитию благотворительности, поддерживая детское творчество.

Исполнительный директор Центра развития филантропии «Сопричастность» Татьяна Бачинская подняла тему информирования общества о корпоративной социальной ответственности. Она привела статистику, доказывающую, что СМИ, особенно телевизионные, по-прежнему редко дают материалы по теме и считают рекламой любое упоминание названия компании в связи с этим.

Директор Центра КСО МИРБИС Светлана Герасимова отметила необходимость подготовки лидеров в сфере предпринимательства, в сознании которых будет понимание того, что процветание их компаний возможно только при работе на благо общества.

КПМГ И CAF РАЗВИВАЮТ РОССИЙСКИЕ НКО

Компания КПМГ совместно с фондом CAF запустила новый проект профессионального развития некоммерческого сектора «Школа КПМГ для НКО». Основное направление работы «Школы КПМГ для НКО» – это интеллектуальное инвестирование в организационное и стратегическое развитие некоммерческого сектора в России. Своей целью компания ставит налаживание механизма системного партнерского обмена опытом и знаниями между бизнес-сообществом и НКО.

В рамках программы «Школы» на 2014-2015 гг. запланировано более 12 семинаров и практических сессий от ведущих специалистов компании по правовым, налоговым, финансовым, бухгалтерским, кадровым и другим профессиональным вопросам. Уже более 50 крупных московских НКО посетили семинары «Школы КПМГ для НКО».

НАГРАЖДЕНЫ СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННЫЕ МЕДИАМЕНЕДЖЕРЫ

Состоялось вручение XIV Национальной премии «Медиаменеджер России – 2014». В этом году было номинировано свыше 80 топ-менеджеров.

В рамках премии уже традиционно проходит награждение в номинации «За социальную ответственность медиабизнеса», которая позволяет привлечь внимание к наиболее социально значимым событиям и акциям последних лет, инициаторами или участниками которых выступило медиасообщество, а также инициировать дополнительный интерес к социальной проблематике и ее освещению в российских СМИ.

В этом году в номинации «За социальную ответственность медиабизнеса» лауреатом стал руководитель

Российского фонда помощи (Русфонд) Лев Амбиндер за создание крупнейшего благотворительного проекта в России. Дипломами были отмечены: руководитель проекта «Добро Mail.ru» Александра Бабкина и продюсер радио «Романтика» Ксения Мишонова за благотворительный марафон с фондом Константина Хабенского «Да будет Жизнь!».

Отдельно премию «За вклад в развитие отрасли» получила генеральный директор телеканала «Дождь» Наталья Синдеева за продвижение социальных проектов на телеканале.

Александра Бабкина рассказала, что эта премия для нее – важный знак признания коллег и экспертов: «Компанию Mail.Ru Group наградили за проект «Добро Mail.Ru», первый сервис для умной и честной благотворительности. Эта поддержка важна для нас, потому что мы вложили в проект Добро Mail.Ru опыт разработки массовых интернет-продуктов и наши ценности, для того чтобы развитие благотворительности в России вышло на новый уровень. Сегодня тысячи пользователей делают на Добре свой первый шаг к благотворительности».

Александра подчеркнула, что проект позволяет донести информацию до аудитории о том, как легко и просто вступить на путь добра и для этого достаточного лишь небольшого вклада.

Проект «Да будет жизнь!» представила Ксения Мишонова: «Мне очень захотелось сделать что-то доброе и полезное силами радиостанции, и вся Вещательная корпорация Проф-Медиа (ВКПМ) меня в этом поддержала. Мы предложили Фонду Константина Хабенского, который помогает детишкам с онкологическими заболеваниями мозга, провести с нами благотворительный марафон "Да будет жизнь!"». Организаторы марафона поставили перед собой сразу несколько задач. Одна из них – рассказать о благородном деле, которым занимается Константин Хабенский, вторая – собрать деньги на лечение детей. По СМС было собрано около 200 000 рублей, а после марафона частные пожертвования составили 500 000 рублей.

БЛАГОТВОРИТЕЛИ И ФИНАНСИСТЫ О ПРОБЛЕМАХ СПОНСОРСКОЙ ПОМОЩИ

Благотворители и финансовые консультанты собрали на круглом столе в Петербурге всех, кто хочет и может помочь нуждающимся. К дискуссии по традиции пригласили общественные и коммерческие организации. Тема встречи «Как повысить корпоративную социальную ответственность и сделать спонсорство эффективным». Участники диспута уверены, что в Петербурге всегда было много отзывчивых людей и не обязательно бизнесменов. Среди главных мотивов большинства — стремление помочь. И сегодня благотворители хотят систематизировать эту помощь.

Мария Островская, президент благотворительной общественной организации «Перспективы»: «Сейчас, мне кажется, наступил этап, когда люди начинают думать, как заставить деньги работать на общее благо. Как изменить действительность, как повлиять на то, чтобы взять на себя ответственность за решение социальных проблем. Люди к этому готовы».

Приглашенные на круглый стол благотворительные организации смогли обсудить перспективы поддержки своих программ, а коммерсанты выбрать тех, кому их помощь сейчас особенно нужна.

МУЗЕИ КАК ОБЪЕКТЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В стенах Музея предпринимателей, меценатов и филантропов состоялось расширенное заседание комитета «Деловой России» по социальной ответственности бизнеса, меценатству и благотворительности, приуроченное к Международному дню социального бизнеса.

Директор Музея предпринимателей, меценатов и филантропов Елена Калмыкова и его хранитель Лев Краснопевцев рассказали о 23-летней истории этого уникального культурного учреждения.

Ирина Павлова из фонда "Наше будущее", поддерживающего социальных предпринимателей, привела пример музея «Коломенская пастила». В 2010 г. фонд поддержал социальное предприятие «Город-Музей», которое отреставрировало фабрику в Коломне, восстановило производство коломенской пастилы и открыло музей вкуса. Наталья Поппель (ОАО «Северсталь») привлекла внимание участников к программе «Музеи Русского Севера», которая реализуется совместно с Фондом развития медиапроектов и социальных программ Gladway. Это направление активизирует деятельность региональных музеев и превращает их в центры культурной жизни.

Подводя итоги экспертной сессии, Светлана Герасимова (МИРБИС) сделала вывод, что для успешного социального предпринимательства в музеях необходимы следующие условия: идея-локомотив, заинтересованные участники, привлечение экспертов, уникальная музейная продукция.

Основной идеей социального проекта «Нужны друг другу», который представила Татьяна Минеева («Деловая Россия»), является общение между сиротами из детских домов и людьми преклонного возраста из домов престарелых. Проект уже реализуется на территории Астраханской области, но в планах – тиражирование его по всей России.

Во второй части заседания представители комитета «Деловой России», созданного в марте, поделились идеями, направленными на развитие КСО. Шесть проектных групп созданы по следующим направлениям: Социальное предпринимательство, Сквозное образование, Правовое регулирование, Инфопортал по КСО, Национальная идентификация социальной ответственности, Рэнкинг, Рейтинг и публичный консалтинг.

Сейчас проекты находятся в процессе разработки. Комитет открыт для сотрудничества и будет рад свежим идеям.

Прогулка казаков по галерее с лавками и магазинчиками

Художник изображает эпизод осмотра казаками публичных торговых мест, где на продажу выставлены товары самого разного назначения: парфюмерия, галантерея и даже протезы. Здесь же видим и парикмахерские заведения. Казаки с интересом рассматривают вывески, выставленные товары и любезничают с француженками.

Русский офицер И.Т. Радожицкий вспоминал: «Восковые бюсты с париками, выставленные при некоторых лавках под стеклом, показались нам столько же белы и живы, как сами парикмахеры». И далее: «Вывески на ресторациях были очень привлекательно разрисованы и заманивали к себе, но время и обстоятельства не позволяли нам лакомиться. Из толпы зрителей останавливались и смотрели на нас большей частью дамы, пригожие француженки...»

В записках офицера Н.П. Ковальского читаем: «Отправился в Пале-Рояль, где между прочими вещами продавались уже русские эполеты, сабли, шитье на воротники и даже орденские знаки. На Георгиевских крестах, очевидно французской фабрикации, изображены были англизированные кони, доказательство, что купцы поджидали прибытия русской армии в Париж и заранее подготовили свой товар, который продавали втридорога».

«Самый веселый город мира» всегда славился своими магазинами и тщательно заботился, чтобы иностранные гости оставляли здесь все свои деньги. О том, что французская столица была наполнена самыми разными соблазнами, писали многие. Так, один из гвардейских гусар вспоминал: «Кто бывал в Париже, тот знает, что там почти птичьего молока можно достать, только были бы деньги, а деньги были розданы по повелению императора Александра Павловича чуть ли не накануне, в размере двойного и тройного жалования за все три кампании 1812, 1813 и 1814 годов».

ОБЪЕМ КОРПОРАТИВНЫХ ПОЖЕРТВОВАНИЙ СНОВА УВЕЛИЧИЛСЯ

Американский Комитет содействия корпоративной филантропии опубликовал отчет «Благотворительность в цифрах: издание 2014 г.», который содержит отличную новость: в 2010 – 2013 гг. крупнейшие глобальные корпорации улучшили показатели бизнеса и стали щедрее.

Опрос более 160 компаний, проведенный Комитетом CECP в сотрудничестве с исследовательским центром Conference Board, показал, что в 2010-2013 гг. пожертвования более половины респондентов (52%) возросли на 10%, а медианный показатель доходов этих компаний повысился на 11%.

Авторы отчета отмечают, что корпорации заметно увеличили нефинансовый вклад в развитие общества и, в том числе – объем пожертвований в виде готовой продукции, профессиональных услуг на условиях pro bono и других ресурсов. Основная часть благотворительных инвестиций поступала в сферы образования, здравоохранения и социальных услуг.

Помимо этого, 59% организаций сообщили о том, что в 2013 году их сотрудники участвовали в добровольческих программах (для сравнения: в 2010 году данный показатель составлял всего 51%). Также выяснилось, что 76% опрошенных компаний занимаются оценкой социально-экономической эффективности инвестиций и используют полученные сведения для корректировки действующих и планирования новых программ.

«Хорошее финансовое состояние и щедрость компаний вселяют в нас оптимизм, — отмечает представитель CECP Майкл Строук (Michael Stroik). – Потому что инвесторы, потребители, сотрудники компаний и другие причастные стороны определяют ценность социально значимой деятельности бизнеса по объему корпоративного вклада в развитие местных сообществ».

НЕОЦЕНИМАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Возможно, в скором времени в России появится система независимой оценки социальных проектов. Эту идею обсудили представители некоммерческого сектора на круглом столе, состоявшемся в Общественной палате РФ.

Тему оценки эффективности проектов затронули

Казаки в Пале-Рояле

Художник изобразил многочисленных посетителей самого известного места в Париже, о котором писало большинство русских мемуаристов.

Например, бытовые зарисовки известного дворца оставил А.Д. Чертков: «В Пале-Рояле торговцы, владельцы ресторанов и т.д. платят 3000 франков за помещение в аркаде... на третьем этаже – сборище публичных девок, на втором – игра в рулетку, на антресолях – ссудная касса, на первом этаже – оружейная мастерская. Этот дом подробная и истинная картина того, к чему приводит разгул страстей». В большинстве воспоминаний это место фигурировало как средоточие искушений и разврата. Так, анонимный русский мемуарист очень осторожно пишет: «В Париже я нынче был два раза: первый раз верхом, объездил и смотрел, что мог... в другой раз пошел пешком, взял фиакр и поехал в Палерояль, где пообедал... Перед лавками, между проходящими взад и вперед тоже множество женщин, но, как кажется, из разряда тех, которых не знаешь, как и назвать, если не назовешь их настоящим именем. Они гуляют по две, по три, громко болтают, хохочут, отпускают такие шуточки, что в ушах трещит, адресуясь ко всякому, кто хоть мимолетное остановит на них внимание. К нам новоприбывшим особенно они привязываются».

Как «школу разврата» воспринимал Пале-Рояль и И. Радожицкий: «Мы... остановились у огромного портика с толстыми колоннами Пале-Рояля... В нижнем [этаже] – галереи с лавками, наподобие Петербургского гостиного двора. Там расхаживало множество народа взад и вперед, так что нельзя было рассмотреть в лавках ничего, кроме блеска и пестроты, при вечном шуме. Тут же в толпе мужчин не стыдились тесниться разряженные щегольски француженки, которые глазками приманивали к себе нашу молодежь, а не понимающих этого больно щипали».

Посещение Пале-Рояля и тесное общение с «прелестницами» часто заканчивалось далеко небезобидными заболеваниями. Не случайно художник рядом с казаками изобразил женщину, торгующую презервативами. Она предлагает казакам бумажный конверт, на котором написано «rob antisifilitique» (надпись с ошибками, дословный перевод – антисифилитическое платье).

благотворительный фонд «Культура детства» и Детский фонд «Виктория» при поддержке некоммерческой компании Evolution & Philanthropy. Эксперты разработали Декларацию об общих подходах к оценке социальных программ в сфере детства.

Президент «Культуры детства» Анна Тихомирова рассказала о том, что почти 10 лет назад в среде практиков возникла идея о создании собственной системы. Первый опыт появился в центре «Перекресток», где создали систему мониторинга и оценки.

Эксперты считают, что отсутствие системы оценки создает у организаций ложное представление о проектной деятельности (в сторону упрощения или усложнения). Анна Тихомирова выступила за создание некоего межотраслевого профессионального сообщества в области оценки детских программ.

Представитель фонда «Культура детства» Татьяна Подушкина считает, что в оценочной сфере есть «большой зазор» между практиками и теоретиками. Серьезный дефицит наблюдается в области социального проектирования. Нечасто можно встретить организацию, которая занялась бы программным осмыслением собственной деятельности, целей», — заявила эксперт.

Консультант Госдумы Вячеслав Москвичев считает, что деятельность третьего сектора должно оценивать не одно ведомство, а несколько: «Например, оценка эффективности проектов в области профилактики социального сиротства сводится к одному ведомству, и оценка происходит исключительно только по данной организации. И то речь идет только об экономических параметрах. А третьему сектору нужна независимая, вневедомственная оценка проектов. Пространство оценки появится в том случае, когда услуги будут диверсифицированы».

В свою очередь, министерство труда и социального развития подготовило собственный проект оценки эффективности всех социальных проектов (а не только в области семьи и детства). Сюда входят государственные учреждения, оказывающие услуги в сферах образования, культуры, физической культуры и спорта, здравоохранения, социального обслуживания, негосударственные (те, которые работают на основе социального контракта). Ведомство разработало также «дорожные карты» по повышению качества и доступности социальных услуг, проведению преобразований в отраслях социальной сферы.

«Оценка решает две задачи: ответить на вопрос о том, были достигнуты ожидаемые результаты или нет? И почему?» – подчеркнула представитель компании «Процесс Консалтинг» Наталья Кошелева. Приходит человек и говорит, что его проект направлен на социальную адаптацию выпускников детдомов, и когда ты его спрашиваешь: «А что такое социальная адаптация? – он не знает ответа. Необходимо более детально описывать суть проектов, цели».

Представитель Высшей школы экономики Павел Романов призвал НКО и государство объединить усилия в плане создания общей системы оценки. «На государственном уровне начинают изобретать велосипед, полагая, что в секторе НКО оценочных программ нет. Нам надо заявить о накопленном опыте, о сложившихся практиках и о людях, которые готовы к содействию. При этом я отмечу, что оценку социальных программ необходимо закрепить законодательно, но система и методология должны быть максимально емкими и всеобъемлющими», - заявил он.

САНОФИ РОССИЯ ПРЕДСТАВИЛА ПЕРВЫЙ ОТЧЕТ ПО КСО

Одной из главных форм реализации этой стратегии являются партнерские проекты и программы по повышению доступности помощи пациентам с социально значимыми заболеваниями, такими как сахарный диабет, сердечно-сосудистые заболевания, онкология, и др. Целью данных программ является повышение осведомленности и информированности пациентов и широкой общественности о методах ранней профилактики и своевременной диагностики заболеваний, а специалистов здравоохранения - о современных подходах и методах лечения. Так в 2012 году в рамках Всероссийской программы для людей с сахарным диабетом «Каждый день – это Ваш день!», реализуемой в партнерстве с Российской диабетической ассоциацией (РДА), было организовано более 30 образовательных семинаров для более 3000 пациентов, а для детей и подростков с сахарным диабетом - спортивно-оздоровительная «Диаспартакиада» в столице зимней Олимпиады Сочи. В научно-образовательном проекте «Территория безопасности», организованном в партнерстве с Всероссийским обществом хирургов и Ассоциацией флебологов России в 2012 году, приняли участие 1275 врачей-специалистов. Результатом внедрения современных методов профилактики венозного тромбоза в стационарах-участниках стало снижение уровня летальности от тромбоэмболии легочной артерии в 10 раз. Также в 2012 году 3080 женщин с диагнозом «рак молочной железы» получили современную лекарственную терапию в рамках Всероссийской программы помощи «Шанс на жизнь».

Следование высоким этическим стандартам ведения бизнеса – приоритет деятельности компании на всех уровнях управления и функционирования. Это и соблюдение принципов деловой этики во взаимодействии с ключевыми партнерами и клиентами, этика проведения клинических исследований и ответственный маркетинг, добросовестная конкуренция и программы противодействие коррупции.

Самым ценным активом компании являются ее сотрудники. В 2012 году Российское подразделение Группы Санофи инвестировало более 200 миллионов рублей на развитие и социальную поддержку своих сотрудников. Компания стремится к созданию открытой, творческой и мотивационной рабочей среды для своих сотрудников по всему миру, проявляя уважение к человеческому достоинству и социокультурному многообразию.

В интересах сохранения здоровья будущих поколений Группа Санофи непрерывно стремится к уменьшению своего воздействия на окружающую среду, внедряя комплексные программы контроля за потреблением электроэнергии, водных ресурсов, а также выбросами CO_2 в атмосферу.

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К СОЦИАЛЬНОЙ ОТЧЕТНОСТИ

ГМК «Норильский никель» подготовил Отчет с учетом обновленной Стратегии развития содержит основные подходы и критерии работы в меняющихся макро-экономических условиях и определяет приоритеты развития компании.

В отчете использованы международные и российские стандарты и рекомендации в области корпоративной ответственности и отчетности. Он содержит значимую информацию, охватывающую ключевые области ответственной деловой практики в соответствии с принципами Социальной хартии российского бизнеса, и в июне получил общественное заверение Советом РСПП по нефинансовой отчетности.

«Это первый Отчет о КСО, который подготовлен после принятия новой стратегии развития компании. Отчет рассказывает о событиях и достижениях «Норильского никеля», которые свидетельствуют о том, что реализация намеченных планов уже началась. Особое место при подготовке документа было уделено диалогу с широким кругом заинтересованных сторон, который мы намерены развивать и в дальнейшем для обсуждения своих планов и полученных результатов», - отметила заместитель гендиректора по социальной политике и связям с общественностью Лариса Зелькова.

Разделяя принципы социальной ответственности, «Норильский никель» проводит политику информационной открытости, направленную на предоставление заинтересованным сторонам достоверной и полной информации об основных направлениях своей деятельности. Также впервые представлена интерактивная версия Отчета, в которой размещена форма для получения обратной связи.

ЗАНЯТИЯ «МИРА ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ «ХЕНКЕЛЬ» СТАРТОВАЛИ В МОСКОВСКИХ ШКОЛАХ

Прошли первые занятия «Мира исследователей «Хенкель» в ряде московских школ. Инициатива, призванная развить в подрастающем поколении способность мыслить логически и познавать мир путем экспериментов,

была встречена с позитивом и благодарностью.

С момента своего старта в России в марте 2014 года образовательная инициатива компании «Хенкель» для детей 8–12 лет прошла долгий путь. Проект, который начинался как занятия по выходным в музее занимательных наук Экспериментаниум, теперь включает в себя участие в таких престижных мероприятиях, как Skolkovo Startup Village и фестиваль немецкого языка и культуры «Немецкий в кубе». Теперь же в рамках инициативы также проходят занятия в ряде московских общеобразовательных школ.

Инициатива «Мир исследователей» успешно реализуется компанией «Хенкель» в Германии с 2011 года.

Еще одним шагом реализации инициативы стало сотрудничество со школами. Сейчас занятия проходят в школах №7, №121, №373, №1637 среди более чем 200 учеников в восьми классах. Молодые преподаватели программы – студенты-химики старших курсов МГУ и других ведущих вузов, а также сотрудники «Хенкель», прошедшие тренинги в штаб-квартире компании, регулярно проводят занятия для учеников вторых и третьих классов. Преподавательский состав программы насчитывает 16 пар волонтеров.

В планах компании – расширить количество школ-участниц программы. Помимо этого планируется развитие проекта в регионах.

Программа «Мир исследователей «Хенкель» получила самые высокие оценки со стороны Департамента образования г. Москвы, Ассоциации инновационных регионов России, общероссийской общественной организации «Молодая инновационная Россия» и непосредственных участников программы – учителей и школьников.

КСО ПОВЫШАЕТ ИНВЕСТИЦИОННУЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ КОРПОРАЦИЙ

По мнению директора Центра развития корпоративной гражданственности при Колледже Бостона Кэтрин В. Смит, исследование Гарвардской школы бизнеса наглядно показало, что профессиональные финансисты могут оценивать вклад КСО в основной бизнес с помощью традиционных показателей, предназначенных для расчета доходности и эффективности предприятий. Компании, которые многолетним горизонтам предпочитают краткосрочную перспективу, упускают существенные преимущества, возникающие благодаря долгосрочным инвестициям в программы КСО. Инвесторы обращают внимание на КСО не просто так: степень прозрачности корпорации и качество отчетности на основе правдоподобных показателей отлично характеризует ситуацию внутри организации. Также не стоит забывать о том, что сегодня на рыночные позиции бизнеса существенно влияет общественное мнение. «Два десятка лет тому назад от компаний никто не требовал сокращения выбросов углекислого газа, а сегодня соответствие данному ожиданию практически является лицензией на осуществление деятельности», — поясняет доцент Гарвардской бизнес-школы Джордж Серафим. Безусловно, некоторые корпорации действительно стремятся улучшать показатели ЭСУ, а другие лишь создают «дымовую завесу». И чтобы отличить настоящую работу от имитации, инвесторам приходится немало потрудиться. Некоторым подспорьем в этом деле являются общепринятые стандарты качественной отчетности о КСО, однако этого недостаточно. Авторы отчета «Корпоративная социальная ответственность и доступ к финансам» предлагают обсудить перспективы создания официальных институтов, которые могли бы помочь инвесторам сориентироваться в информационных потоках и обеспечить корректное толкование сведений о корпорациях.

ОБЪЯВЛЕНЫ ПОБЕДИТЕЛИ ПРЕМИИ PROSPORT AWARDS

Прошла торжественная церемония награждения, которая собрала ключевых мировых и российских спортивных менеджеров. За победу боролись 50 участников, подавшие более 80 заявок в 10 номинациях. «МегаФон» одержал победу сразу в двух из них - «Лучшее digital-маркетинг решение» и «Лучший социальный проект в спорте». В условиях серьезной конкуренции победил Чемпионат по футболу среди команд детских домов - «Будущее зависит от тебя».

СТАРТОВАЛА ПРОГРАММА «ОТКРЫТЫЕ ЛАДОШКИ»

В МГДКБ при участии Фонда «Подсолнух» в партнерстве с компанией AbbVie стартовала благотворительная программа «Открытые ладошки» в поддержку социализации детей с ревматическими заболеваниями.

Руководитель Московского городского центра детской ревматологии на базе МГДБ №1 Елена Жолобова рассказала о необходимости взаимодействия со всеми заинтересованными сторонами для оказания комплексной поддержки детям с ревматическими заболеваниями.

Благотворительная программа «Открытые ладошки» будет проводиться в 2014-2015 гг. в Москве, Челябинске и Владивостоке. Основная задача программы – привлечение внимания общества к внедрению практики ранней диагностики, раннего начала лечения, создания комплексных программ реабилитации и социализации подрастающего поколения с врожденным иммунодефицитом и аутоиммунными заболеваниями, а также развитие общественного диалога в рамках существующих проблем.

Президент Фонда помощи детям с нарушениями иммунитета «Подсолнух» Виолетта Кожерева поблагодарила компанию AbbVie в России, Украине и СНГ и лично ее генерального менеджера Энтони Вонга. Она отметила, что программа помогает детям не только бороться с болезнью, но и позволяет им почувствовать, что жизнь – это не только больничная палата, а огромный мир, наполненный увлекательными и интересными вещами.

«БАТ РОССИЯ» ВЫПУСТИЛА ОТЧЕТ О КОРПОРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ 2014

«Бритиш Американ Тобакко Россия» опубликовала Отчет о корпоративной ответственности, подготовленный по итогам двух диалогов с представителями различных государственных, общественных и коммерческих организаций. Во встречах, организованных по инициативе компании в Санкт-Петербурге и Москве в 2013 и 2014 годах, приняли участие 44 представителя различных групп общественности.

Первый диалог, который состоялся в ноябре 2013 года в Санкт-Петербурге, был посвящен безопасности и эффективности производственных процессов. Вторая встреча, прошедшая в апреле 2014 года в Москве, – вопросам нелегальной торговли табачной продукцией.

На мероприятии в Санкт-Петербурге «БАТ Россия» рассказала о достижениях в области охраны труда и окружающей среды, ресурсосбережения и энергоэффективности. Участники диалога в Москве обсудили причины и последствия развития нелегальной торговли – явления, которое постепенно превращается в экономическую и общественную проблему, порождает многомиллиардные потери для государственного бюджета и способствует развитию преступности.

В дискуссиях участвовали представители наднациональных регулирующих органов, исполнительных органов государственной власти, бизнес-ассоциаций, местных сообществ и исследовательских центров. Весь диапазон мнений, высказанных в ходе дискуссий, пожелания и рекомендации участников и выводы «БАТ Россия» подробно описаны в отчете.

США УЛУЧШАЮТ КЛИМАТ ДЛЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

Инвестиции, содействующие общественным изменениям, являются источником заемного капитала для организаций и предприятий, которые стремятся получать доходы в процессе создания социальных и экологических благ. Чтобы ускорить распространение столь ценной для общества инвестиционной практики, официальный Вашингтон развернул бурную деятельность.

Американский Национальный консультативный совет (НКС) выпустил отчет «Частный капитал, общественное благо: Каким образом продуманная федеральная политика может активизировать практику инвестиций, ориентированных на изменение общества – и почему данный вопрос является безотлагательным». Документ содержит рекомендации для политиков и законотворцев, которые должны обеспечить новой форме поддержки социальных преобразований благоприятные условия для развития.

НКС рассчитывает на то, что Налоговая служба США подкорректирует требования, создающие препятствия для частных фондов. До сегодняшнего дня фондам разрешалось предоставлять «программные инвестиции», а также «инвестиции, содействующие выполнению миссии». Что касается «социальных инвестиций», то они пока занимают промежуточное положение и, соответственно, воспринимаются как рискованные. В связи с этим Казначейский департамент США решил выпустить специальные инструкции, которые помогут фондам приступить к освоению новой инвестиционной практики без опасения нарушить закон.

Совет приветствует принятие Закона о реинвестициях в сообщества, реализацию Программы налоговых кредитов для новых рынков и создание Фонда содействия распространению механизма оплаты за успех. Благодаря данным инициативам в США последовательно формируется поддерживающая инфраструктура и экосистема социальных инвестиций.

COCA-COLA HELLENIC ПРЕДСТАВИЛА СВОИ ДОСТИЖЕНИЯ В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

В отчете компании об устойчивом развитии представлены основные нефинансовые результаты и достижения за 2013 год.

Структура отчета соответствует концепции устойчивого развития «Me, We, World» («Я, Мы, Мир»), принятой компанией в 2013 году.

Документ является седьмым нефинансовым отчетом, описывающим реализацию стратегии Coca-Cola Hellenic Bottling Company «Играть на победу – 2020». Среди основных результатов деятельности, указанных в отчете:

Coca-Cola HBC в шестой раз подряд была включена в 2013 Dow Jones Sustainability Index (DJSI), а также FTSE4Good.

Группа стран (Business Unit), в которую входит также Россия, заняла 2-е место в мире в глобальной Системе Coca-Cola по индексу качества продукта и упаковки.

Компания заняла 3-е место среди 28 стран присутствия за лучшие бизнес-практики, направленные на оптимизацию производственных процессов.

Стартовал долгосрочный проект по использованию переработанных материалов в производстве преформы. На производство бутылок из преформы, облегченной до 15%, уже переведены пять заводов компании в России.

Компания продолжала работу над сокращением производственных отходов. Их объем на 1 литр произведенной продукции (г/л) был снижен на 10,2% по сравнению с 2012 годом.

В рамках работы над рациональным потреблением ресурсов Coca-Cola внедрила программу по снижению веса упаковки, сократив вес бутылки и толщину термоусадочной пленки. Это позволило снизить потребление воды и энергии на производстве.

Компания приняла участие в организации и проведении главных спортивных мероприятий в России: XXVII Всемирной летней Универсиады в Казани и Эстафеты Олимпийского огня «Сочи 2014». В целях развития детско-юношеского и массового спорта компания поддержала всероссийские любительские соревнования по футболу «Кожаный мяч – Кубок Coca-Cola» среди игроков в возрасте от 12 до 15 лет и провела праздничные спортивные мероприятия в 30 российских городах.

Уделяя особое внимание охране водных экосистем и формированию культуры в области обращения с отходами, Компания продолжила реализацию федеральных программ «Живая Волга», «За чистое будущее озера Байкал», «День Черного моря», «Возьми пластик в оборот!», а также ряда региональных проектов, направленных на внедрение принципов устойчивого использования ресурсов.

В социальных и экологических волонтерских проектах приняли участие 4 507 сотрудников, что составило более 34,1% от общего количества персонала.

Мотивационные программы компании, в том числе связанные с Эстафетой Олимпийского огня «Сочи 2014» и Олимпиадой-2014, позволили достичь уровня вовлеченности и приверженности персонала в 65%.

ОЦЕНКА ОБЩЕЙ ЦЕННОСТИ: ВСЕ ПОДХОДЫ ВАЖНЫ И НУЖНЫ

Управляющий директор консалтинговой организации FSG (США) Марк Пфайзер отмечает, что по мере укрепления «общей ценности» в качестве самостоятельной концепции, усиливается роль различных подходов к измерению и оценке, которые, с одной стороны, помогают «монетизировать» ценность и, с другой стороны, совершенствовать способы ее создания.

Сегодня существуют инструменты, с помощью которых многие организации оценили эффективность инициатив по созданию общей ценности и выяснили, каким образом, например, инвестиции в пропаганду здорового образа жизни снижают затраты системы здравоохранения и увеличивают продажи корпораций. Как показала практика, данный подход к измерениям, базирующийся на социальных, экологических и управленческих показателях (ЭСУ), является весьма полезным и перспективным, но все же не единственным. В частности, многие компании стремятся «монетизировать» последствия своей деловой активности, которые имеют наиболее существенное значение для общества и/или окружающей среды.

Поиск стоимостного выражения экологических и социальных эффектов обладает целым рядом важных преимуществ: позволяет определить, какой экономический урон наносит разным сообществам одна и та же проблема и помогает правильно расставить инвестиционные приоритеты для инициатив по созданию общей ценности; формирует сбалансированную картину положительных и отрицательных воздействий бизнеса на общество и экологию (в денежном эквиваленте); фокусирует инициативу на решении конкретных задач, не расточая внимание на слишком широкий спектр показателей (как это нередко случается в процессе отчетности на основе ЭСУ).

Теоретически, два подхода способны мирно сосуществовать друг с другом, потому что «измерение общей ценности» устанавливает связь между социальными изменениями и выгодой для бизнеса, а «монетизация преобразований» – это не что иное, как «оцифровка» вклада компании в развитие общества.

Однако в действительности все не так уж благополучно. Главным источником противоречий является само понятие «ценности», которое нередко используется в качестве синонима экономической стоимости, а также обладает социальной коннотацией, не предполагающей установления каких-либо денежных эквивалентов. Поэтому, чтобы не ошибиться с выбором оценочной методики, следует исходить из тех задач, которые ставит перед собой инициатор/заказчик исследования: если управленцы с помощью ресурсов компании желают добиться лучшего социального эффекта, то преимущество будет на стороне «измерения», а если необходимо сравнить перспективы получения лучших результатов в разных контекстах и оценить общее воздействие инициативы на сообщества, то можно обратиться к «монетизации». Главное – гибкость и точная постановка целей оценки.

ЯВЛЯЕТСЯ ЛИ CSV КОНЕЧНЫМ ПУНКТОМ КСО?

Учредитель британского Инновационного форума Тобиас Вебб проанализировал публикации, адресованные авторам концепции «создания общей ценности» (CSV – creating shared value), и предложил читателям своего блога продолжить дискуссию об ответственности бизнеса перед обществом.

Г-н Вебб рекомендует ознакомиться с критическими статьями, которые стимулируют процесс обсуждения CSV в сообществе ученых и практикующих специалистов. Это, прежде всего, три яркие публикации от авторитетных американских и европейских авторов — «Условия «создания общей ценности» вводят в заблуждение студентов MBA» Энди Крейна, «Общие ценности, потерянные на переправе» Томаса Дональдсона и «Антагонистические перспективы создания общей ценности» Томаса Диллика. Известный блоггер предлагает каждому читателю составить собственное мнение о концепции, которая за короткий срок завладела умами и сердцами множества людей, и, чтобы подать пример, делится собственными заключениями:

Действия глобальных компаний иногда приводят к таким проблемам, которые невозможно решить с помощью одной лишь концепции CSV. Например, производители газированных напитков заполонили рынки развивающихся стран калорийной продукцией с высоким

содержанием сахара. В развитых странах эти корпорации не могут проводить агрессивную рекламу в силу законодательных ограничений и активной пропаганды здорового образа жизни, а в тех регионах, которые пока не выработали иммунитета к их деловой хватке, ни в чем себе не отказывают. Это всего лишь один случай, свидетельствующий о не слишком этичном поведении крупных компаний, но таких примеров множество.

Создание общей ценности может стать неплохим началом для бизнеса, который желает выйти за рамки корпоративной филантропии и выполнения требований законодательства. Однако следует понимать, что CSV не предлагает конкретных процессов и управленческих технологий, которые могли бы послужить основой для реализации новой стратегии.

Представление об ответственном бизнесе постоянно эволюционирует и будет меняться вместе с экономической и социальной практикой человечества. И так и должно быть! Следовательно, концепция CSV является промежуточным, но не конечным пунктом этой важной дискуссии.

ОТЧЕТ «РОСЭНЕРГОАТОМА» СТАЛ ПРИЗЕРОМ MARCOM AWARDS

Публичный годовой отчет концерна «Росэнергоатом» за 2013 г. стал пятикратным призером международного конкурса «MarCom Awards 2014». Отчет стал «платиновым» победителем в номинации «Годовой отчет в области корпоративной социальной ответственности», двукратным «золотым» призером в номинациях «Годовой отчет» и «Годовой отчет корпорации», а также удостоен «Похвального отзыва» («Honorable Mention») в номинации «Текст / Годовой отчет». Кроме того, интерактивный годовой отчет «Росэнергоатома» получил платиновую награду в номинации «Электронные коммуникации / Электронный годовой отчет».

Конкурс MarCom Awards посвящен выявлению выдающихся креативных достижений среди профессионалов в области маркетинга и коммуникаций. В 2014 г. в конкурсе приняли участие около 6500 проектов 500 компаний США, Канады и других стран (всего – более 15 государств).

Годовой отчет концерна «Росэнергоатом» за 2013 г. подготовлен в соответствии с новейшей версией международного руководства по отчетности в области устойчивого развития Global Reporting Initiative (G4) и международным стандартом интегрированной отчетности (IIRC).

Это не первая победа отчета концерна в международных конкурсах годовых отчетов. Публичный годовой отчет «Росэнергоатома» за 2012 г. также вошел в число «платиновых призеров» («platinum winners») конкурса MarCom Awards в номинации «Отчет в области социальной ответственности и устойчивого развития».

«Публичный годовой отчет – это сильный коммуникационный инструмент, который концерн использует уже много лет и довольно успешно, о чем говорят результаты российских и международных конкурсов. Мы планируем в дальнейшем продолжать демонстрировать нашу открытость к конструктивному диалогу с заинтересованными сторонами, в том числе в вопросах, касающихся публичной отчетности», - прокомментировал победу директор департамента информации и общественных связей «Росэнергоатома» Андрей Тимонов.

ЭКСПЕРТЫ ВЫСОКО ОЦЕНИЛИ ОТЧЕТ РУСГИДРО В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Отчет компании «РусГидро» в области устойчивого развития занял первое место в сводном рейтинге нефинансовой отчетности компаний с государственным участием, подготовленном агентством «Emerging Communications» по итогам 2013 года. Этот вид отчетности анализирует социальные и экологические показатели корпораций. Об этом сообщили в пресс-службе «РусГидро».

Аналитики заключили, что компания демонстрирует высокий уровень корпоративной социальной ответственности и наиболее полно раскрыла показатели своей деятельности. «РусГидро» получило наивысшую оценку по степени раскрытия информации, компания в лидерах по таким параметрам, как экономическое воздействие, экология и социальная детальность. «РусГидро» – единственная компания, которая заверила свой отчет в Global Reporting Initiative (GRI), а также одна из двух, которая в рамках подготовки отчета провела диалоги с заинтересованными сторонами.

Всего в рамках исследования аналитики «Emerging Communications» проанализировали данные по 20 российским компаниям с государственным участием.

По материалам Evolution & Philanthropy (E&P), Philanthropy News Digest, АСИ, rosenergoatom.ru, www.eprussia.ru, пресс-служб компаний и НКО, НТВ.Ru, Форума доноров, соб. инф.

Как стать профессионалом в сфере КСО

Анна Борисова,
студентка РГГУ
Людмила Соколова,
студентка МГУП им. Ивана Федорова

Понятие корпоративной социальной ответственности (КСО) появилось еще в середине прошлого века, а придерживаться концепции, при которой бизнес учитывает интересы общества, неся ответственность за свое влияние на экономическую, социальную и экологическую составляющие, компании начали с 1970-х годов. С этого времени возникла потребность и в специалистах в этой области.
Несмотря на экономический кризис, а может и благодаря ему, общественное внимание к социальным, экономическим и экологическим проблемам усиливается. Помощь государства в их решении оказывается недостаточной. Бизнес в состоянии смягчить ситуацию. Поэтому добровольное участие компаний в жизни общества – важный аспект деловой активности.

Существуют проекты, направленные на глобальное изменение в управленческом образовании с учетом социальных и экологических потребностей меняющегося мира.

В 1992 году на международном саммите РИО, проходившем в Рио-де-Жанейро, было принято межправительственное решение о пересмотре экономического развития. Именно с этого момента начинается переосмысление и кардинальное изменение образования для управленцев. А на международном саммите РИО+20 в 2012 году обсуждалась тема институциональной базы для устойчивого развития, а также был поставлен вопрос о том, что если мы хотим получить ответственных лидеров – нужно готовить их системно в высших учебных заведениях.

29 июля 2010 года была создана организация «Globally Responsible Leadership Initiative» (GRLI). Ее основатели – крупнейшая в Европе сетевая ассоциация в области развития менеджмента European Foundation for Management Development (EFMD) и Глобальный договор ООН.

GRLI – это содружество компаний и бизнес-школ, сосредоточенных на разработке нового поколения ответственных лидеров и руководителей. Основная

В **«Национальном исследовательском университете Высшая Школа Экономики» (НИУ ВШЭ)** на факультете менеджмента был разработан курс «Корпоративная социальная ответственность». Автор данной программы – старший преподаватель Ольга Аркадьевна Мелитонян. Основная цель этого курса – познакомить студентов с концепцией корпоративной социальной ответственности и с практическим применением этой концепции в процессе управления компанией, а также для тесной и взаимной связи бизнеса и общества.

В **«Московском государственном институте международных отношений (Университете) МИД России» (МГИМО)** курс «Корпоративная социальная ответственность» читается и слушателям MBA. В дистанционных программах повышения квалификации курс доступен в составе 72-часовой программы «Современные коммуникационные технологии». Автор курса – председатель Комитета по КСО Ассоциации менеджеров Соболев Игорь Святославович. Формат 20-часового курса – он-лайн обучение на платформе UNIWEB. На сегодняшний день это, пожалуй, единственная возможность дистанционного обучения по данной тематике. Вместе с изучением основных механизмов реализации принципов и стандартов КСО слушатели формируют базовые навыки использования коммуникационных инструментов КСО для укрепления деловой репутации компании в различных целевых аудиториях, эффективного управления социальными проектами и партнерствами, успешного взаимодействия со стейкхолдерами на основе корпоративных ценностей. Целостное понимание концепции устойчивого развития и КСО, их взаимосвязи со стратегией развития бизнеса, повышения стоимости брендов и капитализации компаний, применение системы практических инструментов измерения показателей эффективности в конечном счете способствует устойчивому развитию бизнеса, некоммерческого сектора и гражданского общества, сохранению и восстановлению природной среды.

цель школ – не только в подготовке профессиональных менеджеров, но и в воспитании ответственных руководителей. GRLI также рассматривает культурные изменения в организациях: развитие корпоративной культуры и внедрение социально ответственных практик в стратегию, политику и процедуры управления. Членами GRLI являются крупные компании, среди которых Aviva, Daimler, IBM, Petrobras, и ведущие бизнес-школы INSEAD, Cambridge, а из российских школ – Школа менеджмента СПбГУ, ММВШБ МИРБИС и другие.

О корпоративной социальной ответственности как о науке в России стали говорить около четырех лет назад. Сама дисциплина «КСО» вошла в программу вузов с 2010 года не как отдельная специальность, а как часть направления «менеджмент» и это произошло с подачи Ирины Беляевой, доктора экономических наук, профессора кафедры «Корпоративное управление» Финансового университета при правительстве РФ.

Таким образом, официально курс корпоративной социальной ответственности читается в вузах финансово-экономическо-менеджерской направленности с 2010 года. Дисциплина изучается в бакалавриате. «Сейчас идет подготовка бакалавров и магистров по направлению «менеджмент». В Федеральном государственном образовательном стандарте (ФГОС) третьего поколения подготовки бакалавров дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» является обязательной для изучения. В поствысшем образовании требований нет, все предоставлено на усмотрение вуза», - разъясняет Ирина Беляева.

В последнее время на рынке труда специалисты по КСО и устойчивому развитию, несмотря на отсутствие этой специальности в образовательном реестре, становятся все более востребованными. Особенно это касается крупных компаний, которым зачастую приходится самим обучать сотрудников в этой области. Хотя введение курса «КСО» в направление «менеджмент» облегчило этот процесс.

Со временем в России должна появиться специальность «менеджер по КСО». Возможно для этого еще нет определенных условий. По мнению профессора Ирины Беляевой, «в российской практике сложно говорить об адекватном восприятии менеджеров по КСО. Необходимо расширение круга публичных компаний, строящих свою деятельность по международным стандартам, понимание необходимости профессионального подхода и концентрации усилий по реализации принципов КСО структурных подразделений компании, встраивания КСО в систему корпоративного управления со стороны высшего исполнительного руководства. Тогда можно говорить о реальном спросе со стороны делового сообщества на менеджера по КСО».

Все большее количество студентов проявляют интерес к курсам по устойчивому развитию, ответственному маркетингу, экологическим программам – это меняет формат, тематику и методы бизнес-образования. Требуются новые кейсы, исследования и курсы. Для получения этой специальности люди едут за границу, но и там получить необходимые навыки можно не во всех учебных заведениях. По мнению экспертов, бизнес-образование давно интернационализировано, как впрочем, и сам бизнес. Хотя ни в России, ни за границей, нет стандартного курса обучения КСО, но в его разработке основой и толчком для продвижения становится зарубежный опыт.

За границей опыт обучения корпоративной социальной ответственности несколько больше, нежели в России, но и там существует потребность в совершенствовании.

Образовательный процесс в области КСО начался с девяностых годов прошлого века. Начало этому положил международный саммит РИО+15, на котором

Высшая школа менеджмента
Санкт-Петербургского государственного университета

«В Институте **«Высшая школа менеджмента СПбГУ»** на открытой программе EMBA (ExecutiveMBA), равно как и на корпоративных программах этого уровня, в качестве обязательного предлагается курс «Бизнес и общество». Открывая соответствующие программы, данный курс задает формат развития управленческих компетенций в ходе всего обучения как социально-ответственных» – сообщил руководитель программы магистратуры Глобального альянса в области образования по менеджменту CEMS "Международный менеджмент", директор Центра КСО им. ПрайсвотерхаусКуперс, Высшая школа менеджмента СПбГУ Юрий Благов.

Центр корпоративной социальной ответственности был основан в 2008 г. в развитие Программы этики бизнеса и корпоративной социальной ответственности Научно-исследовательского института менеджмента. С сентября 2009 г. в соответствии с Договором между компанией «ПрайсвотерхаусКуперс Раша Б.В.» и Санкт-Петербургским региональным общественным фондом «Благотворительный фонд развития Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского Государственного университета» он носит официальное название — Центр корпоративной социальной ответственности им. ПрайсвотерхаусКуперс Высшей школы менеджмента СПбГУ.

В 2012 г. деятельность Центра существенно расширилась в связи с открытием программы «Управление проектами в области социального предпринимательства». Она рассчитана на действующих и потенциальных социальных предпринимателей, а также на менеджеров компаний, развивающих проекты в области социального предпринимательства. С 2012 г. набор на программу осуществляется ежегодно. Благодаря финансовой поддержке Фонда Citi обучение на программе бесплатное.

На сегодняшний день Центр КСО им. ПрайсвотерхаусКуперс успешно сотрудничает с ведущими национальными и международными профессиональными ассоциациями, занимающимися вопросами КСО, — Ассоциацией Менеджеров, Европейской ассоциацией этики бизнеса (EBEN), Академией бизнеса в обществе (EABIS), «Круглым столом в Ко» (CRT) и Глобальной инициативой ответственного лидерства (GRLI).

Деятельность Центра КСО им. ПрайсвотерхаусКуперс направлена на создание, исследование и распространение знаний об управлении корпоративной социальной деятельностью, о взаимодействии с заинтересованными сторонами, организации корпоративной благотворительности, а также социальном предпринимательстве.

было отмечено, что бизнес должен развиваться, не нанося вреда окружающей среде. Для этого необходимы управленцы «нового» поколения, способные вести компанию к финансовому процветанию, сохраняя устойчивое развитие.

В эти годы появляется ряд профильных дисциплин в зарубежных учебных заведениях. Так, степень специалиста в области КСО существует в Канаде в Institute for the Study of Corporate Social Responsibility (Институт корпоративной социальной ответственности), находящемся в комплексе университета Рейерсона. В США университет Вирджинии Darden School of Business ведет подготовку MBA с проблематикой КСО и устойчивого развития, интегрированной во всю систему курсов. В Стенфордском университете существует совместная программа подготовки MBA и магистров по специальности Environment&Resources. В университете Пенсильвании в школе бизнеса Wharton есть профильная подготовка MBA со специализацией Environmnental and Risk Management. В Йельском университете готовят магистров экологического менеджмента (Master of Environmental Management). Школа менеджмента С.Джонсона в Корнельском университете предлагает студентам MBA большой обязательный курс по устойчивому развитию предприятий (Sustainable Global Enterprise).

В Великобритании получить высшее образование по данному профилю можно в нескольких университетах. Одним из самых известных из них по праву считается Nottingham University, где есть магистратуры по корпоративной социальной ответственности, а также по устойчивой энергетике и предпринимательству. В Cranfield University готовят магистров по менеджменту и корпоративной устойчивости (Management and Corporate Sustainability MSc). В Royal Holloway University of London есть 12-ти месячная магистерская программа по управлению устойчивым развитием (Sustainability and Management MSc), а, например, Ashridge Business School предлагает двухлетнюю магистерскую подготовку по устойчивости и ответственности (MCs in Sustainability and Responsibility).

В парижской Высшей коммерческой школе HEC готовят магистров по устойчивому развитию. В университете Боккони в Милане существует магистерская программа по зеленому менеджменту, энергетике и КСО. В старейшем в Европе Болонском университете выпускают магистров по ресурсной экономике и устойчивому развитию.

С недавних пор в школе менеджмента AUDENCIA, расположенной во Франции, КСО стала основой образования. Там читается новый курс «Глобальная ответственность менеджмента» – это следующая ступень в этом направлении.

Сто лучших университетов и бизнес-школ всего мира, предлагающих магистерские и MBA программы по устойчивому развитию и экологическому менеджменту, представлены в ренкинге The best Masters and MBA worldwide (Eduniversal 2013-2014 masters ranking: Sustainable Development and Environmental Mngt). Подробнее на портале Best-Masters.com.

Россия только начинает осваивать опыт западных стран в обучении корпоративной социальной ответ-

ЕВРОПЕЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

С марта 2012 года в **Европейском Университете в Санкт-Петербурге** реализуется программа «Исследование проблем корпоративной социальной ответственности» в рамках именной профессуры компании «Северсталь». Цель программы – исследование современных концепций и практики корпоративной социальной ответственности (КСО) и социального партнерства, разработка программ подготовки специалистов в этой области.

В ноябре 2012 года начал работу открытый исследовательский семинар «Корпоративная социальная ответственность: границы и измерения», в работе которого принимают участие специалисты ЕУСПб, представители крупных российских и международных компаний, зарубежных научных центров.

Разрабатываются учебные программы, которые направлены на подготовку специалистов в сфере управления корпоративными социальными проектами и отчетности в области устойчивого развития. Они адресованы как студентам университета, так и специалистам-практикам, слушателям курсов повышения квалификации на базе ЕУСПб.

Программа предполагает также решение задач прикладного характера. Специалисты университета оказывают информационно-аналитическую поддержку компаниям и деловым ассоциациям.

На базе исследовательской программы разработан курс «Корпоративная отчетность в сфере устойчивого развития и социальной ответственности (нефинансовая отчетность)», который читался в осеннем семестре 2013-2014 учебного года. Курс адресован студентам экономического факультета, а также студентам других факультетов, разрабатывающим проблематику взаимоотношений и взаимодействия бизнеса и общества.

МИРБИС 25

Одним из крупнейших центров по обучению КСО является **Московская Международная Высшая Школа Бизнеса «МИРБИС».**

Центр КСО создан в МИРБИС в 2011-2012 учебном году, направления деятельности Центра: создание образовательных программ, проведение исследований и развитие партнерских отношений с центрами компетенций в области КСО в России и мире. Центр КСО МИРБИС проводит краткосрочные обучающие программы по направлениям: КСО и устойчивое развитие, антикоррупция и противодействие мошенничеству, интегрированная отчетность, управление по ценностям и этика бизнеса, социальное предпринимательство. В МИРБИС 2-3 раза в год проходит международный сертификационный тренинг GRI (The Global Reporting Initiative, тренер Рольф Швери, Швейцария),

ственности. Несмотря на отсутствие этой специальности в реестре, увеличивается количество вузов и бизнес-школ, уделяющих внимание КСО и устойчивому развитию. В числе лидеров в этом направлении можно назвать МИРБИС, ВШМ СПбГУ, Финансовый университет при Правительстве РФ, НИУ ВШЭ, МГИМО, МГУ, ГУУ, Европейский университет в СПб, МШУ Сколково и другие.

При разработке программы курса КСО вузы сами определяют тематику. В ее основу ложится как российский опыт в этой области, так и зарубежный. Игорь Соболев, председатель Комитета по КСО Ассоциации менеджеров считает, что в ближайшие годы появится потребность в профессиональном и образовательном стандартах «Специалист по КСО и устойчивому развитию». Такие профессионалы будут востребованы не только бизнесом, но также в некоммерческом секторе и в государственном управлении. Совместное обучение с университетской скамьи позволит со временем сформировать ту самую культуру партнерского взаимодействия, которой так не хватает в России для эффективного выстраивания многосторонних партнерских проектов в связке бизнес-государство-НКО. «На сегодня присутствия дисциплины «КСО» как обязательной в бакалавриате по менеджменту не достаточно. Каждый бакалавр по экономике, маркетингу и финансам, а также и магистранты на более глубоком уровне в своих специализациях должны изучать проблематику КСО и устойчивого развития. Интерес вузов и научного сообщества мы наблюдаем предметно: учебники, качественные монографии, спецкурсы, включаемые в программы переподготовки и повышения квалификации, появляются один за другим. Потребуется обобщение имеющегося опыта и стандартизация как в профессии, так и в обучении», - говорит Игорь Соболев.

Тема корпоративной социальной ответственности находится сегодня в центре общественного внимания, как и тема взаимоотношений бизнеса и власти. Это объясняется заметно возросшей ролью бизнеса в общественном развитии, повышением требований к его открытости и прозрачности. Весь мир меняется и нельзя вести бизнес успешно, оставаясь вне этих изменений. Светлана Герасимова, директор КСО Московской международной школы бизнеса МИРБИС, подчеркивает, что процветание компаний возможно только при их работе на благо общества.

Бизнесу следует находить для себя пути развития на пересечении с обществом, ведь сделать мир лучше и сгладить острые социальные проблемы в его силах. Именно для этого и нужно воспитывать в университетах социально ответственных лидеров, которые поведут компании за собой и встанут на курс положительных реорганизаций в сфере предпринимательства.

предлагаются программы международных экспертов по КСО из Европы и США. Программы Центра ориентированы на управленцев высшего звена, менеджеров и руководителей департаментов PR, HR, IR, GR, КСО, стратегии, развития и управления рисками. В 2013-2014 учебном году в МИРБИС успешно прошла программа Российско-голландской школы КСО при поддержке программы MATPA Министерства иностранных дел Королевства Нидерландов в партнерстве с Бизнес-университетом Nijenrode (Нидерланды). Проект включал проведение трех школ КСО для менеджеров и экспертов, профильных СМИ и НКО, представителей государственных структур. В работе Школы КСО приняли участие более 240 слушателей. С 2013 года в магистратуре МИРБИС читается экспериментальный курс «Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие: управленческий аспект», а в этом году курс читается и на программах MBA с приглашением преподавателей-практиков и кейсами российских компаний.

В **«Финансовом университете при правительстве Российской федерации»** курс КСО читается с 2011 года. Наш эксперт Ирина Беляева, доктор экономических наук, профессор кафедры «Корпоративное управление» Финансового университета при правительстве РФ уведомила нас: «Специальности «менеджер по КСО» в Финансовом университете нет, но в рамках подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент» изучается дисциплина «КСО». Рабочая учебная программа построена по результатам длительной научной работы по проблемам социальной активности бизнеса, что нашло отражение в кафедральной монографии «Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект» под общей редакцией д.э.н., проф. Беляевой И.Ю. и Эскиндарова М.А.

Также в рамках направления «Менеджмент» функционирует магистерская программа «Корпоративное управление и ответственность бизнеса», где изучается ряд специальных дисциплин, позволяющих профессионально заниматься вопросами КСО на практике. Следует отметить неподдельный интерес к данной проблематике студентов Финансового университета. Уже прошла X международная научно-практическая конференция «Корпоративная социальная ответственность и этика бизнеса» с участием российских и зарубежных экспертов, где студенты приняли активное участие, в том числе и как докладчики. В Финансовом университете больше десяти лет развивается научная школа «Теория и практика корпоративного управления», где среди основных научных направлений присутствуют: проблемы социальной активности компаний на территории присутствия, возможность реализации принципов КСО в российской практике, комплаенс в системе корпоративного управления и т. п. Таким образом, вопросы КСО находятся в центре внимания, и мы надеемся на дальнейшее продвижение принципов КСО в России благодаря растущему пониманию их значимости самой широкой аудиторией».

Учебные пособия по КСО

Основными учебными пособиями по корпоративной социальной ответственности являются труды Г.Л. Тульчинского и авторских коллективов под редакцией Э.М. Короткова, В.Я. Горфинкеля и Н.В. Родионовой

Первый российский учебник «Корпоративная социальная ответственность» под редакцией Э.М. Короткова содержит комплекс концептуальных положений, раскрывающих содержание одной из важнейших функций современного менеджмента в России. Здесь формулируются основные положения корпоративной социальной ответственности, раскрывается ее роль в устойчивом развитии организации. Рассматриваются проблемы разнообразия и интеграции типов ответственности, деловая репутация, этика ответственности и др.

В учебнике Г.Л. Тульчинского «Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности» впервые системно осмысляется отечественный опыт реализации корпоративной социальной ответственности; развития социальных инвестиций и социального партнерства; оценки их эффективности, в том числе с использованием авторских наработок, полученных в результате участия в разработке и реализации ряда федеральных и региональных проектов и программ; деятельности организаций, обеспечивающих развитие социальных инвестиций и социального партнерства; участия в экспертной группе Минрегионразвития по моногородам. В книге представлен обширный справочный материал: перечень международных и отечественных организаций, занимающихся социальной и гуманитарной экспертизой, характеристики международных стандартов социальной отчетности, методики оценки эффективности социальных инвестиций и социального партнерства.

Еще одним рекомендованным к изучению в бакалавриате учебником является «Корпоративная социальная ответственность» под редакцией В.Я. Горфинкеля и Н.В. Родионовой. В нем даны концептуальные представления о корпоративной социальной ответственности в зарубежной и отечественной теории и практике управления. Показаны ее лучший опыт, прогрессивные формы и перспективы развития. Нашли отражение свежие, наиболее интересные публикации о КСО за 2010 – 2013 гг., а также апробированные результаты авторских исследований. В конце каждой главы представлены вопросы для самоконтроля, контрольные тесты. Учебник содержит приложения, включающие рабочую программу по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность», тесты, а также практикум, в котором приведены кейсы, вопросы для обсуждения, задания, задачи.

Дополнительно

Внешэкономбанк в 2011 году выпустил учебное пособие В.А. Дмитриева, посвященное вопросам корпоративной социальной ответственности (КСО) и устойчивого развития. Это своего рода путеводитель по КСО, который рассказывает о том, что включает в себя это понятие, как развивалась КСО в России и мире, каковы современные тенденции в этой области, в том числе о нефинансовой отчетности и основных российских и международных инициативах и стандартах, а также о специфике КСО финансовых институтов. Пособие адресовано в первую очередь сотрудникам и представителям дочерних и партнерских организаций Банка, но мы надеемся, что оно также вызовет интерес у всех, кому небезразличны вопросы устойчивого развития.

Монографии

Есть также несколько российских монографий, полезных и пытливому студенту, и академическому исследователю, и практику, изучающему проблематику КСО.

Одной из первых серьезных работ стала книга «Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка» под редакцией С.Е. Литовченко и М.И. Корсакова, выпущенная Ассоциацией менеджеров еще в 2003 году.

В 2008 году вышла монография под ред. И.Ю. Беляевой и М.А. Эскиндарова «Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект».

В этом же году была выпущена монография С.П. Перегудова и И.С. Семененко «Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии» с обзором в основном зарубежных теорий и опыта.

Глубокий анализ основных идей и исследовательских подходов по теме, их взаимосвязи с практикой российских и зарубежных компаний, а также выводами для управленческого образования содержит монография Ю.Е. Благова «Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции», впервые увидевшая свет в 2010 году и затем вышедшая во втором издании.

Практика стран СНГ нашла отражение в монографии Е.Я. Виттенберга «Социальная ответственность бизнеса на постсоветском пространстве» в 2011 году.

В 2013 году опубликованы две интересных монографии с анализом российского опыта в сопоставлении с международными подходами: «Корпоративная социальная политика: теория и практика управленческих решений» О.А. Канаевой и «Корпоративная ответственность и устойчивое развитие» А.Е. Костина.

Наталья Поппель: «Корпоративная социальная ответственность – это искусство баланса интересов»

Кадры решают все. Эта фраза, давно ставшая афоризмом, со временем приобретает все большую актуальность. Поэтому мы решили рассказать о замечательных людях, которые делают социальную ответственность компании яркой, запоминающейся, интересной и поднимают компанию на новый профессиональный уровень. Хороший специалист по корпоративной социальной ответственности должен быть масштабной личностью и желательно обладать опытом работы как в государственных учреждениях, так и некоммерческой сфере и бизнесе. Подобный опыт дает понимание, как грамотно выстраивать эффективное взаимодействие этих структур в решении социальных проблем. Это подтверждает биография Натальи Анатольевны Поппель, которая более двадцати лет назад начала работу в финансовой сфере, затем была директором ряда некоммерческих организаций, работала в крупнейших музеях нашей страны – Государственном музее А.С. Пушкина и Музее-заповеднике Царицыно - и уже на протяжении 5 лет возглавляет управление по КСО и бренду ОАО «Северсталь».

Интервью и фото
Марии Аксеновой

БЛОК-СПРАВКА
ОАО «Северсталь» является одним из лидеров в вопросах КСО в нашей стране. В 2009-2013 годах компания неоднократно была отмечена такими профессиональными наградами, как «Лидеры корпоративной благотворительности», “People Investor”, «Лучшие российские предприятия. Динамика, эффективность, ответственность».

О ценности работы в сфере КСО

В области корпоративной социальной ответственности, как правило, работают люди, которые видят смысл в служении гуманистическим преобразованиям. Они расположены к этому и душевно, и интеллектуально. Это очень хорошее пространство, в котором ты понимаешь, что твои усилия не пропадают даром, и видишь, как мир меняется к лучшему. Мне нравится жить и работать вместе с интересными, вовлеченными людьми, отдающимися полностью своей работе. Более того, в крупном бизнесе направления социальной ответственности определяются руководством компании, а это - ярчайшие представители современности. Я испытываю глубочайшее уважение к генеральному директору ОАО «Северсталь» Алексею Мордашову. Это очень масштабный, блестяще образованный человек, и практически все социальные направления компании инициированы им.

КСО - это такое направление, которое работает на стыке и перспективных видений, и работы со всеми стейкхолдерами – как внутренними, так и внешними. Считается, что КСО – это узкая специализация, а на самом деле это широкомасштабная деятельность, ведь чтобы заниматься ею, надо понимать все процессы, которые происходят внутри и вовне компании: взаимоотношения с партнерами, поставщиками, сообществом, представителями власти. Социальное партнерство – это залог устойчивого развития любого государства. В этом партнерстве участвуют все – представители государства, бизнеса и общества, и очень значимую роль играют СМИ.

Про команду «Северстали»

Исходя из классического понимания КСО, а это - ведение бизнеса с учетом интересов всех стэйкхолдеров, в эту деятельность вовлечены все сотрудники компании. Но координацией социальных инвестиций, благотворительной деятельности компании, развития волонтерства и предоставлением социальной отчетности в нашей компании занимаются два человека, не считая меня, и каждый из них стоит десятерых. Это менеджеры действительно очень высокого уровня. Социальные инвестиции ОАО «Северсталь» – около 70 миллионов долларов в год. И это очень масштабная деятельность, которая включает развитие персонала, часть экологических акций, программу «Здоровье Северстали», помощь ветеранам труда и ветеранам ВОВ, развитие регионов присутствия, программы поддержки и развития малого и среднего бизнеса и социального предпринимательства, программу профилактики социального сиротства «Дорога к дому», поддержку большого числа культурных, спортивных, образовательных мероприятий, объектов Русской православной церкви, собственного хоккейного клуба «Северсталь». Мы сотрудничаем с 22 высшими школами, в том числе с Высшей школой менеджмента Санкт-Петербургского университета и Европейским университетом Санкт-Петербурга, где мы учредили собственную профессуру по КСО. Такое небольшое количество специалистов по КСО в генеральной дирекции опирается на партнерство с нашими коллегами по коммуникациям, по HR, по социальным вопросам на предприятиях в регионах присутствия и на взаимодействие с локальными властями и сообществами. Мы стараемся все наши социальные инвестиции делать осознанно в партнерстве с ними.

Наши проекты достаточно известны, благодаря усилиям всей нашей команды. Способствует КСО деятельности и внутренняя корпоративная культура, начиная от первых лиц компании, которые являются людьми действительно социально ответственными. Мы находим у них абсолютное понимание и поддержку. По большому счету, команда КСО всегда является исполнителем. Но у нас есть возможность и быть инициаторами, и руководство откликается на наши инициативы, например, на идею о том, что наше сообщество в регионах должно быть устойчиво и не должно зависеть только от средств «Северстали». И очень приятно видеть, как развивается это сообщество, как организации, с которыми мы взаимодействуем (музеи, НКО, молодежные и другие некоммерческие организации), вовлекаются в проектную деятельность, как они учатся и успешно реализуют полученные знания по фандрайзингу, успешной коммерческой деятельности и становятся нашими полноправными партнерами. Усилия, вложенные в них, дают очень хороший результат: например, в прошлом году совместно нам удалось привлечь более 25 миллионов рублей к нашим проектам. Это и грантовые средства, и фандрайзинг.

Про программу социального сиротства как сферу приложения усилий всего общества

В этом году в рамках программы «Дорога к дому» мы провели благотворительный марафон, который показал, как существенно нам удалось расширить сферу ее участников: нас поддержали более 40 предприятий Череповца, прежде всего это представители малого и среднего бизнеса. Участвовали и студенты, и госслужащие, и сотрудники «Северстали», и приемные семьи, вовлеченные в этот проект. И мы понимаем, что на сегодняшний момент программа социального сиротства – это не просто проблема, это сфера приложения усилий всего общества, в которое входит и бизнес всех категорий, и власть, и общество. Появилось доверие к программе благодаря тому, что у нас выстроены очень хорошие отношения с региональными СМИ – Череповецким «Медиа Центром», идут постоянные публикации, и выходит два раза в месяц телевизионная программа. Это создает и доверие к самой программе, и лояльность к бизнесу, и обеспечивает массовую вовлеченность людей в процесс благотворительности. В нашей стране, конечно, еще очень высок уровень социального ожидания, когда люди ждут либо от государства, либо от крупного бизнеса, что они решат все существующие проблемы. И надо переломить эту ситуацию, для того чтобы люди сами почувствовали ответственность за свое будущее, за своих близких и свою страну. Не надо сидеть и ждать, когда кто-то придет и решит проблемы, нужно просто вставать и делать. Все могут участвовать в этом процессе на равных, не сравнивая степень своей вовлеченности. На примере программы «Дорога к дому» и грантовой программы «Музеи Русского Севера» нам удается это менять. Чего стоит только экологический субботник в Череповецком музейном объединении, в состав которого входят 10 музеев, столько же территорий и, конечно же, есть недостаток средств и сотрудников. Им даже провести весеннюю уборку своих обширных территорий достаточно сложно. Мы организовали экологический субботник, в котором участвовали и музейщики, и волонтеры, и приемные семьи, и сотрудники «Северстали». Эта акция показала, что общество может эффективно объединять свои ресурсы: это и экология, и культура, и решение социальных проблем, когда во взаимодействии достигаются хорошие результаты. У

Игра в карты в игорном доме

Художник нарисовал сцену, где за карточным столом собралась весьма разнородная публика: чиновники и военные, дамы полусвета и простолюдинки. Русские офицеры и казаки изображены на переднем плане – они в центре внимания дам.

Карточная игра всегда была излюбленным времяпрепровождением русского дворянства. Конец XVIII – начало XIX столетия отмечены повальным увлечением картами в армейских кругах. Самыми популярными были такие игры, как «фараон» и «штос», в которых наибольшую роль играл случай. Видимо, эти игры максимально отвечали менталитету русских военных. Судьба, удача, карьера, жизнь – как на службе, так и на войне – очень часто зависели от случая. Карточная игра, как своеобразный род битвы, превратилась в страсть нескольких поколений, страсть нередко пагубную.

В Париже можно было свободно открыть кредит, не заботясь о погашении долга. Приведем свидетельство русского офицера Н.П. Ковальского: «Офицеры, имевшие свое собственное состояние, обращались к банкирам с простым удостоверением от корпусного командира, что они люди со средствами, и получали под векселя значительные суммы. Государь впоследствии заплатил за всех, и мы вдобавок были уволены от выговоров и замечаний... парижская жизнь так закружила меня своими удовольствиями, что вскоре я был вынужден продать за 9 000 фр. одну верховую и двух вьючных лошадей. Лошади тогда были чрезвычайно дороги».

Казачьи офицеры редко обладали большим состоянием и в наименьшей степени были подвержены страсти к игре, хотя иногда и пробовали в ней свои силы. Не случайно художник изобразил их рядом с дамами. Вероятно, они больше надеялись на успех у женщин, чем на удачу за карточным столом.

компании «Северсталь» и девиз такой: «Достичь большего вместе». Все это просто удесятеряет потенциал вовлеченности. И дальше уже независимо от компании в обществе рождается огромное количество подобных инициатив.

Про профессиональное выгорание

Профессиональное выгорание в первую очередь возможно у наших партнеров – сотрудников социальных учреждений и благотворительного фонда «Дорога к дому». Здесь важна роль личности, этими проектами должны руководить люди, которые грамотно умеют снимать психологические нагрузки друг у друга.

Действительно, сложно сталкиваться с человеческими проблемами каждый день, и сложно уметь это преодолевать. Для этого есть специальные приемы, тренинги, обучение. И главное, они видят позитивные результаты своей работы. Наши партнеры понимают, что они не одиноки в решении этих проблем, что рядом большой бизнес, который к ним также серьезно относится. Например, генеральный директор «Северстали» Алексей Мордашов всегда лично участвует в подведении итогов программы «Дорога к дому» и в конце собирает за огромным столом всех участников этого процесса – представителей образования, здравоохранения, социальных служб, полиции, органов власти, включая мэра и губернатора. Мы вместе подводим итоги и утверждаем планы на следующий год, и Алексей Александрович очень внимательно вникает в содержание программы. Это человек с невероятной харизмой, и наличие такого лидера, который очень серьезно относится к этой программе, тоже мотивирует и сотрудников и партнеров.

О профессионалах в сфере КСО

Корпоративная социальная ответственность – это не узкая специализация, а очень масштабное взаимодействие со стейкхолдерами на всех уровнях. Поэтому чтобы быть профессионалом своего дела, нужно быть человеком очень широко мыслящим. Если говорить о КСО с точки зрения пирамиды Маслоу, то это - качество продукции или услуг, которые нужны цивилизации, создание безопасных и благоприятных условий для работы и развития персонала, забота о его здоровье, снижение экологической нагрузки на окружающую среду,

Игра в рулетку в игорном доме

Художник изобразил французскую публику, собравшуюся за игорным столом, а также солдат и офицеров союзных войск, наблюдающих за игрой.

В отличие от карт, рулетка тогда еще не приобрела популярность в России. Большинству русских офицеров она и вовсе была неизвестна до входа в Париж. Поэтому многие из простого любопытства стремились попробовать свои силы и попытать счастье в необычной игре.

Участник кампаний 1812–1814 гг., прапорщик лейб-гвардии Семеновского полка И.М. Казаков так описывал офицерскую жизнь и развлечения в Париже: «Редкий день проходил без того, чтобы я не бывал в Пале-Рояле… можете и в конец разориться, проигравшись в №129, в рулетку, в банк, в rouge et noir, где найдете отличное общество. Сколько раз мне случалось видеть там наших генералов и старика Блюхера в партикулярном платье, горчайшего игрока, проигрывавшего большие суммы. Я часто заходил туда, но не имел охоты играть... Рулетка есть ад и рай для многих – выигрывающий в восторге, а проигравший испытывает все мучения ада и в сумасшествии с отчаяния застреливается или бросается в Сену».

Художник изобразил справа от крупье двух донских казачьих офицеров, оживленно беседующих с сидящей за столом дамой. Примечательно, что они не принимают участия в игре, а лишь любезно расспрашивают о чем-то свою собеседницу, может быть, готовясь сделать ставку. Изображаемое действие происходит накануне выхода русских войск из Парижа – вероятно, в мае 1814 г., т.к. именно в это время у казачьих офицеров и генералов вместо плечевых витых шнуров были введены кавалерийские эполеты. На плечах казачьих офицеров художник изобразил чешуйчатые эполеты, скорее всего французские, то есть срочно приобретенные в Париже сразу же после объявления приказа. Чуть в глубине, среди следящих за игрой людей, можно различить фигуры еще двух казаков.

умение выстраивать свою деятельность с учетом интересов государства, выплата налогов и развитие регионов присутствия, в которое вовлечены как власть, так и бизнес. Это взаимодействие с обществом, развитие этого общества, умение повернуть ожидания (как правило – завышенные) общества к реальному взаимодействию. Плюс стратегическое видение, адресная благотворительность и программы социальных инвестиций, которые работают на будущее, на устойчивое развитие самого общества. Так, например, проект «Культурный Upgrade» создан именно в этом контексте. Он ориентирован не только на сохранение культурного наследия, но и на трансформацию сферы культуры в культурную индустрию. Менеджер по КСО должен иметь очень широкий кругозор, обладать стратегическим мышлением и обязательно быть хорошим психологом. Он должен уметь выстраивать отношения с широким кругом людей и быть стрессоустойчивым, чтобы справляться с высокими нагрузками. На сегодняшний день корпоративная социальная ответственность есть, прежде всего, в крупном бизнесе, и в этой сфере надо быть как хорошим профессионалом, так и человеком, который прекрасно выстраивает баланс профессионального и личного. Иначе наступает профессиональное выгорание, или неудовлетворенность, что еще хуже. Она не позволяет ни проектам быть успешными, ни тебе самому быть довольным своей работой.

Как я уже говорила, хороший специалист по КСО должен обязательно иметь опыт работы во всех сферах – и в государственных учреждениях, и в благотворительной, некоммерческой сфере, и в бизнес-структурах. Тогда человек все понимает, пропускает через себя. Здесь же самое главное – баланс интересов в этом социальном партнерстве. Мне очень повезло, что я работала и в государственных учреждениях, и в бизнесе, и в НКО.

Про развитие КСО в нашей стране

Я оцениваю уровень КСО как очень высокий в среде крупного бизнеса в нашей стране. Успешное, конкурентоспособное предприятие по другим правилам жить не может. Крупный бизнес должен нести ответственность перед поставщиками и потребителями, иметь ясное корпоративное управление, долгосрочную стратегию развития, быть прозрачным и вести серьезную работу с персоналом по обеспечению условий труда и его развитию. Должно быть очень грамотное взаимодействие

Русские казаки на улице «Rue des bons enfants»

Художник изображает прогулку казаков по улицам Парижа. Действие разворачивается у входа в «Полупансион юных дам», назначение которого не оставляет никаких сомнений: на стене дома – объявление о способах предохранения от венерических заболеваний. Девицы с балкона приветствуют казаков, парижане выпрашивают монетку на сувенир, мальчишки затевают драку. Картина как будто излучает доброжелательность и юмор.

В воспоминаниях русских военных можно прочесть: «Говорят много о любопытстве женщин; в настоящей мере это заметишь только здесь. Остановится ли офицер в иностранном мундире и станет о чем-либо спрашивать, немедленно около него составится кружок... Женщины здесь говорливы, не застенчивы; всякая обращается непринужденно, как будто давно знакома». Артиллерист И. Радожицкий вспоминает: «Если мы останавливались для каких-нибудь расспросов, то французы друг перед другом предупреждали нас своими ответами, обступали, с любопытством рассматривали и едва верили, чтобы русские могли говорить с ними их языком. Милые француженки, выглядывая из окон, кивали нам головками и улыбались. Парижане, воображая русских по описанию своих патриотов варварами, питающимися человеческим мясом, а казаков – бородатыми циклопами, чрезвычайно удивлялись, увидевши российскую гвардию и в ней красавцев-офицеров, щеголей, не уступающих как в ловкости, так и в гибкости языка и степени образования первейшим парижским франтам».

с представителями государственной власти и партнерство с сообществом по созданию благоприятной атмосферы в регионах присутствия. Это определяют постулаты социальной ответственности для крупного бизнеса. Но, к сожалению, крупного бизнеса в России не так много, и для нашей страны его недостаточно. А малый и средний бизнес находится на пути становления. Поэтому потенциал вовлечения ресурсов малого и среднего бизнеса и самого сообщества в социальное партнерство и социальные преобразования у нас просто огромен. Пока что малый и средний бизнес находится в начале пути становления КСО. Он, как правило исходит, как и крупный бизнес в 1990-х годах, из того, к чему лежит душа у его руководителей, каков уровень их собственной гражданской ответственности. Мне очень нравится определение социальной ответственности Алексея Мордашова: «Социальная ответственность – это значит больше инвестировать в производство, больше предоставлять рабочих мест и больше платить налогов государству. Но, как ответственные граждане своей страны, там, где государство и общество пока не справляются, мы будем помогать». Он один из тех людей, которые определяют парадигму индустриального развития страны, мыслят масштабно и придерживаются такой достаточно прагматичной позиции. К сожалению, благотворительность у нас тоже находится в зачаточном состоянии. В развитых странах Европы в благотворительность вовлечено более 70% населения, а у нас эта цифра не достигает, по разным данным, 7 - 8 %. Представляете, какой здесь кроется гигантский потенциал! А если вся страна «поднимется»!.. Наша история полна примерами того, как, объединившись, мы можем получать фантастические результаты. Как этого достичь? Работой со СМИ, грамотными профессиональными коммуникациями, хорошими примерами, демонстрацией результативности и эффективности социальной ответственности. Тогда любой здравомыслящий человек будет понимать, что бизнес занимается социальными программами вовсе не для рекламы. Когда мне задают такие вопросы, я всегда говорю, что здесь нет нашей целевой аудитории. Для рекламы у нас есть специализированные издания, металлургические ярмарки и выставки – это совершенно специализированные площадки, которые к обществу, которое подобные претензии чаще всего предъявляет, относятся опосредованно. Кто из сообщества станет более лоялен к благотворительности, если мы будем говорить о наших трубах, канатах, строительных конструкциях, автомобилях, судах, рельсах и электростанциях?

Уличная сценка. Казаки в компании парижанок

Особой популярностью в Париже пользовались гвардейские казаки. Вот что писал о них А.Я. Миркович: «На лейб-казаков женщины смотрели с любопытством, но сначала издали. Они боялись их, полагая, как им натолковали, что мы северные варвары, а казаки совершенно дикие, полунагие, с пленных сдирают кожу, а по деревням, где им попадаются малые дети, они их жарят и едят. Однако удостоверившись, что они ничуть не звери, а напротив, кротки и обходительны, они стали поближе их рассматривать и, видимо, любовались красотою и костюмами наших донских молодцов».

В своих мемуарах многие русские офицеры оставили зарисовки внешнего вида французских женщин того времени – грациозных, легкомысленных и веселых: «...все француженки не показались мне красавицами; истинно хорошеньких не видно, но много приятных лиц, таких, которые чем-то нравятся, например: вас поражает быстрота их глаз, их ловкость в ухватках, в одежде, и особливо в обуви; последнее поневоле заметишь, смотря как она перепрыгивает с камня на камень через улицу».

Еще один участник войны вспоминал: «На обратном пути я любовался простыми француженками. Много из них хорошеньких; все одеваются просто, красиво, опрятно и одинаково; почти все они круглолицы, бледны, темнорусы или брюнетки с живыми быстрыми глазками и со всегдашнею улыбкою; имеют тонкие талии, гибкий стройный стан; носят коротенькие платья, чтобы ножки были видны; и ручки свои прячут в фартучные карманы; волосы убирают под сеточки или под чепчики; ходят проворно и заботливо. Погода для них не страшна; они не прячутся в шубы от холода». По свидетельству А.И. Михайловского-Данилевского, «невозможно и нам забыть ласкового, дружеского обращения парижан с нами, домы и сердца их были открыты русским. Появление наших офицеров нередко возбуждало рукоплескания в театрах».

Это не повлияет ни на продажи, ни на устойчивость бизнеса. Но это создаст благоприятную атмосферу в регионе, самоощущение для сотрудников, что они работают в компании, обладающей хорошей репутацией. То есть это вопрос самоуважения, самореализации для человека. Когда он живет в здоровом обществе, результаты его работы намного эффективнее. А это очень значимо для нас. Компания должна быть эффективной и успешной, иначе откуда она будет брать средства на благие дела.

Про партнерство с государством

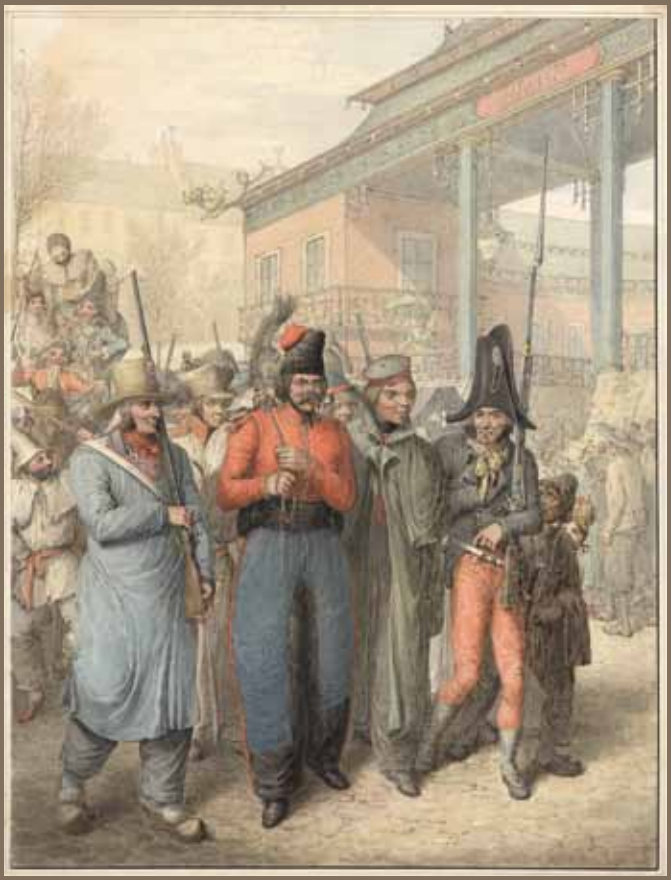
Нам нужно грамотное и эффективное партнерство с государством, чтобы мы были союзниками в решении общих социальных проблем. Только объединив усилия, мы справимся с решением проблем и точно сможем вместе создать преобразования, нацеленные на успешное будущее и повышение благосостояния общества. И опыт «Северстали» в тех регионах, где есть такое взаимопонимание с органами власти, показывает, что вместе мы очень серьезно меняем жизнь к лучшему. И, конечно, нужны законодательные инициативы на федеральном и региональном уровнях. Мы все время сравниваем масштабы благотворительной деятельности на Западе, в США и у нас, при этом их налоговое законодательство достаточно дружелюбно к благотворительной деятельности, а наше просто никакое. Было бы очень хорошо, если бы было стимулирование со стороны закона. Предупреждения скептиков, что начнутся злоупотребления, говорят только о том, что не продуманы механизмы пресечения этих злоупотреблений. Все это возможно при прозрачности и освещении в СМИ.

Про СМИ и социальную ответственность

Для развития КСО в России нужно масштабное вовлечение СМИ в социальное партнерство. Именно СМИ могут помочь в формировании доверия к бизнесу и его деятельности по социальным преобразованиям и благотворительности.

Есть разные пути выстраивания отношений со СМИ. Ваш журнал не раз являлся инициатором подобных обсуждений, и мы многократно говорили о том, что здесь есть несколько ключевых моментов. Во-первых, нужно обращаться к тем средствам массовой информации, у руководства которых есть гражданская позиция, к ко-

Казак во главе импровизированного шествия мимо «китайских бань»



Художник изобразил в центре безоружного казака с мешком за спиной и русского офицера (вероятно, улана) в плаще, которых в виде почетного эскорта сопровождают французские солдаты национальной гвардии с ружьями. За ними движется целая толпа, состоящая из военных (по головному убору можно различить еще одного казака, русского солдата пехотных полков, драгуна или кирасира), а также мирных горожан, актеров бродячего театра, мальчишек и т.п. Не совсем ясны причины такого необычного конвоя.

Известно, что для охраны спокойствия гражданского населения Парижа и сохранения порядка союзными войсками по городу в то время наряжались совместные патрули; помимо русских в их состав входили французские солдаты национальной гвардии. В первые дни пребывания союзников в Париже командовать патрулем обычно назначался русский офицер, обязательно владеющий французским языком.

торой нужно взывать, и напоминать о том, что они тоже должны быть социально ответственными. Во-вторых, это искусство выстраивания отношений. Бизнес, НКО и власть должны находить общий язык и быть уверенными в том, что это партнерство точно всем во благо. В-третьих, нужно придумывать креативные поводы и нестандартные истории, которые СМИ захотели бы освещать. Надо выстраивать с ними партнерские отношения, приглашать руководителей СМИ в ассоциации, в попечительские советы. Необходимо уметь достучаться до сердца каждого, демонстрировать прозрачность, результативность и объяснять, что написать о каком-то благом деле – это для СМИ не упущенная прибыль, а инвестиции в их собственное будущее, в будущее их детей, их сотрудников, их процветание. У читателей к ним тоже будет большее доверие, потому что такие истории очень трогательны для любого нормального человека. Людям нужны не только сенсации, но и хорошие новости.

Сегодня СМИ начинают осознавать важность социальной ответственности для самих себя и видят свое участие pro bono в ее продвижении и создании нового делового пространства. Это очень хорошо. Несколько лет назад на конференции в РГГУ, организованной журналом «Бизнес и общество», у нас был очень интересный диалог с Владимиром Познером. Он сказал: «Забудьте о телевидении. О благих делах они будут рассказывать только за деньги, потому что это - бизнес». Я тогда ответила: «Интересно, почему бизнес «Северсталь» должен быть социально ответственным, а бизнес телевидение - не должно быть социально ответственным?» Мы не ждем от них какого-то осознанного и масштабного вливания средств, но то, что они могут делать pro bono – это создавать более ответственное и позитивное коммуникационное пространство, ведь создание социально ответственного государства – это очень большая и общая задача. Двадцать лет существования рыночной экономики нас привели к тому, что сегодня всеобщая ответственность является просто насущной необходимостью, когда и государство ответственно, и общество, и бизнес, независимо от его размера. Это назрело, это витает в воздухе. И очень хорошо, что СМИ сами к этому начинают приходить. Очень отрадно, что кроме вашего журнала, в последние годы и «Ведомости», и «Коммерсант», и РБК проявили интерес к этой теме. Мы понимаем, что таким образом будет произведена революция в

Казак спорит со старой парижанкой на углу улицы «De grammont»

Художник изобразил стычку казака и старухи-француженки весьма оборванного вида: она замахивается на него палкой, а казак для парирования удара выставил вперед ружье. Рядом стоят навьюченные разным добром лошадь и ослы. Казак, видимо, занимался закупками и чем-то не угодил старухе. Около витрины модной лавки, где торгуют шляпками, толпятся француженки. За углом улицы Грамон на примыкающем к модной лавке здании видна вывеска королевской лотереи №46.

На казачьем коне навьючены большие мешки, а ослик увешан корзинами, посудой, оружием; на нем переметная сума, готовая упасть на землю. В иррегулярных (в том числе казачьих) полках вся хозяйственная жизнь сосредотачивалась в десятке – наименьшей организационное единице (полк делился на сотни, сотня – на десятки). Все имущество десятка считалось общим, хранилось и перевозилось в переметных сумах. В представленной сцене для этой цели приспособлен осел, животное распространенное у французских крестьян и, скорее всего, захваченное казаками во время кампании 1814 г.

Понятно, что при общении русских с парижанами возникали языковые трудности и непонимание. Такие случаи припоминал И.М. Казаков: «Походы по Польше, Германии и Франции внесли путаницу в филологические познания наших солдат, так например, научившись в Польше по-польски, когда вошли в Германию, стали требовать, что им нужно по-польски и удивлялись, что немцы не понимали их... Прийдя во Францию, они усвоили себе некоторые немецкие слова и требуют от французов... Опять та же история: является жалоба и объяснение...».

социальной сфере, в сфере приложения, а не среди социальных работников. Произойдет вовлечение огромных ресурсов, которые сегодня еще не задействованы в благих преобразованиях, которые нам всем так нужны. Это повысит, во-первых, доверие к благотворительности как таковой и, во-вторых, к бизнесу, который своим примером создает фундаментальную основу для объединения всех сил, направленных на позитивные преобразования в нашей стране.

О самом большом профессиональном достижении

На заре работы в «Северстали» я видела своим самым большим достижением создание Детского центра в Государственном музее А.С. Пушкина, потому что к нам приходили за опытом «коллеги по цеху» и из Кремля, и из Третьяковской галереи и из других музеев. «Детский центр» создавался командой увлеченных и вовлеченных людей, и у нас были очень хорошие спонсоры, вернее - меценаты.

Сейчас я считаю главным то, что опыт программы «Дорога к дому» распространяется на все регионы присутствия «Северстали» и служит объединяющим общество посылом добра и доброты для разных слоев населения. Это реальная работа, в которую вовлечены все региональные и федеральные власти, общество, представители разных бизнес-структур. Когда я задумываюсь о том, какое количество людей спасено, сколько детей осталось в своих собственных семьях или обрело новые, сколько семейных проблем решено, проникаюсь еще большим уважением к главе нашей компании Алексею Александровичу Мордашову, инициировавшему эту программу и, при всей его занятости, находящему время для личного патронажа. И я горжусь тем, что нам удалось развить ее столь масштабно.

Есть и другие истории, которые вдохновляют. На севере была очень большая проблема с детьми-сиротами. Там есть городок Красавино, в котором существовало три градообразующих предприятия – кирпичное, текстильное и деревообрабатывающее. И случилось так, что все они были закрыты практически одновременно. Все сотрудники оказались на улице. И мы вместе с нашим партнером компанией «Свеза» были первыми, кто организовал там приют для детей, у которых оба роди-

Казаки в саду Тюльери

Художник изобразил умилительную картину: гуляющие в саду казаки приветливо общаются с детишками, пришедшими в Тюльери с нянями и мамами. Парижанки также полны доброжелательности и вместе с казаками любуются этой сценой. Женщины с детьми, очевидно, вызывали у казаков трепетное чувство, напоминали о мирной жизни – ведь им редко приходилось подолгу жить дома в кругу семьи. Большую часть жизни, особенно в наполеоновскую эпоху, казаки проводили в походах и на военной службе.

Многие современники вспоминали, что уже при входе в Париж, во время прохождения по городу торжественным маршем, казаки брали на руки мальчишек и сажали их перед собой на крупы лошадей. Позднее, как отмечали очевидцы событий, у местного населения установились трогательные отношения с «лохматыми и добродушными казаками, разрешавшими детишкам вскарабкиваться им на плечи». С другой стороны, казаки поражались обилию уличных мальчишек, никому не дававших прохода, – они кривлялись, выпрашивали деньги для «умиравшей матери» или «увечного солдата калеки-отца». Для казаков это было удивительно, поскольку в России подаяния просили только перед церковью. Полиция оказывалась бессильна в борьбе с этим злом.

теля или матери-одиночки потеряли работу. Детей кормили, проводили уроки, развивающие занятия. Моментально отправили из Череповца бригаду по развитию малого и среднего бизнеса. Они подготовили и обучили сто человек. И там мы осуществляли все мероприятия в партнерстве и при личной вовлеченности губернатора Вологодской области Олега Александровича Кувшинникова, которому удалось привлечь инвестиции на организацию предприятий по сбору и переработке ягод и грибов, и создать другие бизнесы.

О повышении профессиональной квалификации

Для нас очень хорошая площадка для развития – это профессиональное сообщество, и она намного эффективнее, чем академическая. Это мероприятия, которые проводят РСПП, «Форум доноров», Ассоциация менеджеров России, «Бизнес и общество», Высшая школа менеджмента СПбГУ, Центр КСО МИРБИС, тематические конференции, которые организуют «Ведомости» («Лидеры корпоративной благотворительности») и PricewaterhouseCoopers. В Высшей школе экономики есть курс по этичному бизнесу. В Бизнес-школе Сколково появились такие лекции.

В марте 2013 года меня приглашали в ООН на конференцию CSR-специалистов крупнейших корпораций. Это было очень полезное двухдневное мероприятие в Женеве. Из России я была одна. Когда коллеги меня спросили, каковы приоритеты «Северстали» в КСО, я ответила, что это прежде всего профилактика социального сиротства и содействие развитию малого и среднего бизнеса. Дальше была немая сцена: они не могли понять, почему крупный бизнес решает такие задачи, а не государство. Приоритеты мирового крупного бизнеса – соблюдение этических норм и правил в цепочке поставщиков, чтобы там не использовался детский труд, экологические вопросы и так далее. Все это есть и у нас. «Северсталь» тратит на решение этих задач сотни миллионов долларов ежегодно, обновляет оборудование, проводит масштабные экологические акции. Я попыталась объяснить, что Россия всего двадцать лет назад вышла из другого экономического строя и вынуждена сталкиваться с наследием советского планового веде-

ния экономики – наличием большого числа моногородов с неразвитой инфраструктурой, необходимостью модернизации производств, безработицей и отсюда – неуверенностью в завтрашнем дне, семейными проблемами, родительской безответственностью, и мы, как социально ответственная компания, инвестируем в решение социальных проблем и успешное будущее нашей страны. Мы относимся ответственно к их будущему и создаем условия для того, чтобы они могли продолжать жить достойно. А детское сиротство – это масштабная катастрофическая проблема для страны, которая пережила такие глобальные трансформации с такими страшными последствиями. Сотни тысяч детей-сирот при двух третях живых родителях, домашнее насилие, иждивенчество в детских домах – это большая проблема в будущем, это люди, которые придут к нам работать, и в чьем обществе будут жить наши сотрудники и их семьи, поэтому мы не можем относиться к этому равнодушно. На конференции было много представителей Индии, Малайзии, Китая, Гонконга, Сингапура. Было интересно, мы применяем лучшие социальные практики, но с учетом реалий и потребностей нашей страны.

Про обучение в сфере КСО

В КСО идут люди с хорошим опытом работы в разных сферах, поскольку это масштабная деятельность, включающая умение работать со всеми категориями вопросов, которые возникают вокруг бизнеса. И я не знаю, какая это должна быть образовательная площадка, чтобы подготовить такого специалиста. Но то, что этим надо заниматься, - это абсолютно точно. Недавно на одном из мероприятий я встретилась с Натальей Пономаревой из Нью-Йорка, она приезжала читать лекции по КСО для бизнес-школы РСПП. Она была приятно удивлена уровнем понимания слушателями КСО. Потому что в мире корпоративная социальная ответственность существует уже несколько десятилетий. Уже в 1950-60-е годы об этом заговорили. В 1970-е КСО появилась скорее как ответственность перед планетой в плане защиты окружающей среды и в дальнейшем начала развиваться уже во все остальные сферы жизни. А у нас это понимание существует два десятка лет, причем профессионально и серьезно только последнее десятилетие, когда появились профессиональные объединения. Так, ваш журнал «Бизнес и общество» - один из патриархов этого направления - существует с 1999 года. На ваших глазах шло становление КСО: люди только сейчас отходят от прямой благотворительности к социальным инвестициям, которые намного более эффективны, не создают зависимость и иждивенчество, а помогают быть устойчивыми тем организациям, которые осознанно выбирают путь своего развития.

Про мечты

В профессиональном плане я мечтаю о том, что у нас будет более совершенное и эффективное социальное партнерство. К сожалению, иждивенческие настроения, ожидание помощи от богатого родственника или соседа еще очень сильны. Люди даже не всегда осознают, что они упускают свое время и возможности и не реализовывают себя. Вовсе не обязательно всем быть «владельцами заводов, газет, пароходов». Каждый человек волен в выборе и может реализовать себя в большом количестве направлений, быть созидателем, не будучи снедаем разрушающими переживаниями. Моя мечта, чтобы мы жили в более развитом, гармоничном и благополучном обществе. Может, это звучит немножко пафосно. Но, по крайней мере, мы прикладываем к этому усилия каждый день. Мы чувствуем, что занимаемся правильным делом, и через какое-то время наше общество будет более развитым и сознательным, а позиция у людей будет более ответственной и за себя, и за своих близких. Ну а к работе в социальной сфере очень подходит любимое мной высказывание Шота Руставелли: «Что ты спрятал – то пропало, что ты отдал – то твое». Ведь все в этой жизни действительно возвращается.

Про искусство баланса и любимое дело

Как я столько успеваю? Ну что я могу вам сказать? (Смеется) Мне очень помогают семья, друзья, культура и йога!

Замечательно, когда человек чем-то увлекается, и у него есть возможность посвящать своему увлечению время. Я, как вы видите, очень расположена к культуре, музыкальному театру, театру вообще и занимаюсь любимым делом. Компания «Северсталь» плотно сотрудничает с театральным фестивалем «Золотая Маска», мы поддерживаем показ лучших спектаклей в Москве и в регионах присутствия. Более того, мы поддерживаем все крупнейшие музеи (в Москве это и Третьяковская галерея, и Государственный исторический музей, и Музей изобразительных искусств им. А.С. Пушкина, в Санкт-Петербурге – Русский музей, в Саратове – Радищевский музей и Балаковскую картинную галерею, музеи Вологодской области и Карелии). У нас есть и собственная музейная грантовая программа «Музеи Русского Севера», в которой участвуют более 60 музеев и которая легла в основу совместной с Британским советом образовательной программы для менеджеров культуры «Культурный Upgrade». Благодаря всему этому у нас есть эффективное партнерство в сфере культуры, и это очень значимо для меня лично.

Весной этого года я ездила в Индию с друзьями, давно практикующими занятия йогой, при том что я никогда вообще йогой не занималась. Это было с моей стороны достаточно авантюрно, но я поняла, что йога действительно очень помогает при таком ритме жизни. Йога – это вовсе не только закрученные руки и ноги и акробатическая гибкость, но и особое умение быть спокойным и мудрым. Она очень важна для стрессоустойчивости и умения находить баланс между разными сторонами жизни.

Важно, чтобы каждый человек выбирал для себя то, что лично для него является ресурсным. У меня по счастью это есть. Плюс естественно, у меня есть друзья, есть близкие, несмотря на то, что дети выросли и «разлетелись по свету». Конечно, я не смогла бы столько работать, если бы это было не так. У меня были периоды классической семейной вовлеченности, полной гармонии, когда я была замечательной женой и мамой. Но дети выросли, и я могу больше времени отдавать любимому делу.

Восьмой Форум за ответственную экономику – практический старт Третьей индустриальной революции

Алексей Костин,
к.э.н., исполнительный директор
НП «КСО – Русский Центр»,
участник Мирового Лилльского Форума - 2014

В КСО[1], как в любой прикладной науке, важным направлением и инструментом развития является активный обмен опытом. Мировой Лилльский Форум *(World Forum Lille - http://www.worldforum-lille.org/en/)* за ответственную экономику, проводимый ежегодно во Франции уже восьмой год подряд, стал самым заметным и крупным мероприятием в Европе в области КСО и устойчивого развития. В нем 21 – 24 октября 2014 года приняли участие более 5000 представителей бизнеса, некоммерческого сектора, экспертного и академического сообществ, а также заинтересованные политики. Аудитория этого Форума распадается примерно в соотношении 30% от бизнеса (руководители и менеджеры), 30% от некоммерческих организаций и примерно 40% исследователей, студентов и просто заинтересованных граждан преимущественно из Еврозоны. Среди выступающих – представители со всех континентов мира, и таких на Форуме до двухсот ежегодно.

В этом году за пленарным заседанием открытия последовали четыре полных дня параллельных сессионных заседаний по самым различным аспектам КСО и устойчивого развития. Простой перечень сессионных заседаний показывает, какие сложные проблемы решают передовые компании мира и гражданское общество в своей ответственной деловой практике и в рамках межсекторного сотрудничества:

- социальный бизнес и социальные инновации;
- сравнительный анализ КСО со всех континентов мира;
- роль возобновляемых источников энергии в современном бизнесе;
- социальные сети и КСО;
- ответственное потребление и цепочки поставок;
- бизнес и права человека;
- экологически интенсивное сельское хозяйство;
- альтернативная энергетика;
- модель ответственного бизнеса;
- экономика сотрудничества и многие другие.

Первыми российскими участниками Мирового Лилльского Форума в предшествующие годы стали «Сахалин Энерджи Инвестмент Компании Лтд», «Трансаэро», ГМК «Норильский никель» и ОАО «Вымпелком». На Форуме ежегодно проводятся специальные сессии, посвященные отдельным странам, к которым французский бизнес и общественность проявляют особенный интерес. В 2013 году в Лилле российский бизнес представляла руководитель Центра корпоративной социальной ответственности и нефинансовой отчетности РСПП Е.Н. Феоктистова. А в 2014 году – директор Института устойчивого развития Общественной палаты и Центра экологической политики России, член-корреспондент РАН В.М.Захаров, представивший на Форуме доклад о состоянии образования в области устойчивого развития в Российской Федерации и современных экологических вызовах.

Мировой Лилльский Форум привлекает уникальных специалистов для выступлений и обмена опытом. Возглавляемый своим бессменным президентом Филиппом Вассером, экс-министром Франции по сельскому хозяйству, рыболовству и продовольствию, его Оргкомитет ежегодно ориентируется на тех представителей деловых кругов и экспертного сообщества, деятельность которых приводит к настоящим прорывам в области устойчивого развития и КСО. Восьмой Форум показал, что на его площадке происходят не только обмен передовым опытом в области КСО, устойчивого развития и новых форм предпринимательства, но и практические действия прорывного характера, направленные на переход к действительно альтернативным формам экономики. Одним из самых интересных событий Форума стало выступление Мухаммада Юнуса – профессора экономики из Бангладеш, основателя банка «Грамин» (Grameen). Ему удалось успешно применить систему микрокредитования, выдавая небольшие долгосрочные займы предпринимателям, у которых слишком мало собственных средств, чтобы получить традиционный банковский кредит. В 2006 г. Юнусу была присуждена Нобелевская премия мира «за попытки инициировать экономическое и социальное развитие снизу».

На Форуме 2014 года состоялась официальная презентация результатов первого года Генерального плана Третьей индустриальной революции (ТИР) региона Норд – Па – де - Кале, показавшая, что во Франции, вслед за Германией и Италией, уже на практической основе внедряют пока что в пилотном режиме концепцию ТИР на региональном уровне на основе мобилизации и объединения усилий региональных властей и социально ответственного бизнеса с привлечением масштабных ресурсов финансового сектора (о Генеральных планах ТИР см. *http://thethirdindustrialrevolution.com/masterPlan.cfm).* На форуме был представлен сборник с описанием запущенных в течение года 150 проектов в области альтернативной энергетики, инфраструктуры, промышленности и сельского хозяйства, составляющих основу Генплана ТИР. Все участники форума смогли убедиться, что вслед за словами в 2013 году последовала масштабная конкретная работа по формированию большого пакета проектов устойчивого развития.

Генеральный план ТИР региона Норд-Па-де-Кале состоит из пяти направлений (pillars) наступающей новой промышленной революции. Это (1) переход к альтернативной энергетике, (2) трансформация строительных сооружений в микроэлектростанции для сбора альтернативной энергии на местах, (3) использование водорода и других технологий хранения в каждом строении и во всей инфраструктуре для промежуточной производимой энергии, (4) использование технологии Интернета для трансформации энергетического потока в энергетический Интернет (когда здания производят небольшие объемы альтернативной энергии локально, на местах, и могут продавать свои излишки зеленой энергии через общий поток и делиться таким образом со своими соседями) и (5) перевод транспортного парка на электрическую тягу и автомобили, которые смогут покупать и продавать зеленую энергию через высокотехнологичный интерактивный энергопоток.

Как предусматривает Генеральный план, синергетический эффект от одновременного внедрения всех составляющих ТИР приведет к кардинальному экономическому, социальному и экологическому обновлению региона, а к 2050 году к сокращению энергопотребления на 60% и созданию 150 000 новых рабочих мест. Плановый уровень будущих ежегодных затрат на его реализацию должен составить 6 млрд евро при начальном объеме принятых обязательств власти, бизнеса и банковского сообщества в один млрд евро на 2014 год.

Форум вновь продемонстрировал, что эффективное объединение усилий социально ответственного бизнеса, гражданского общества и прогрессивной политической власти на уровне крупных регионов может привести к началу действительно революционных изменений в способе производства на основе альтернативной энергетики и зеленой экономики.

---

[1] Корпоративная социальная ответственность (КСО) – это система этических норм и ценностей компании, а также последовательных экономических, экологических и социальных мероприятий, реализуемых на основе постоянного взаимодействия с заинтересованными сторонами (стейкхолдерами) и направленных на снижение нефинансовых рисков, долгосрочное улучшение имиджа и деловой репутации компании, а также на рост капитализации и конкурентоспособности, обеспечивающих прибыльность и устойчивое развитие предприятия – это одно из многих интегрированных определений, используемых бизнесом и гражданским обществом. КСО де-факто становится составной частью корпоративного управления, пронизывая всю внутреннюю систему менеджмента и внешних коммуникаций компаний.
Среди главных инструментов КСО в корпоративном управлении обычно выделяют следующие:
- миссия и ценности, кодекс корпоративной этики;
- стратегия компании, в том числе цели устойчивого развития: экономические, экологические и социальные;
- концепция управления нефинансовыми рисками и взаимодействия со стейкхолдерами;
- мероприятия по КСО и устойчивому развитию;
- социальная или по устойчивому развитию отчетность;
- коммуникации (ПР, интернет и интранет, межсекторное партнерство).

«Нестле Россия» представила отчет в области «Создания общих ценностей»

В мероприятии приняли участие Посол Швейцарии в Российской Федерации Пьер Хельг, Председатель Комиссии Общественной палаты РФ по социальной политике, трудовым отношениям и качеству жизни граждан Елена Тополева-Солдунова, Глава компании «Нестле» в регионе Россия-Евразия Маурицио Патарнелло, а также представители органов государственной власти, некоммерческих организаций, СМИ и гражданского общества.

Г-н Патарнелло рассказал об опыте «Нестле Россия» в решении социальных задач, а также представил наиболее успешные и эффективные проекты компании в рамках глобальной концепции «Нестле» «Создание общих ценностей».

Приглашенные эксперты и социальные партнеры обсудили перспективы дальнейшего развития социальных программ в России, отметили наиболее актуальные проблемы взаимодействия бизнеса и общества, а также оценили деятельность «Нестле» в этом направлении.

Представленный документ – третий социальный отчет, опубликованный «Нестле» в России. Он включает информацию о деятельности компании в таких направлениях, как здоровье потребителей, окружающая среда и водные ресурсы, развитие работников, взаимодействие с поставщиками, активное участие в жизни местных сообществ. Отчет позволяет акционерам, потребителям, сотрудникам, деловым партнерам и другим заинтересованным группам составить более глубокое представление о деятельности компании и ее вкладе в развитие российского общества.

Глава «Нестле» в регионе Россия-Евразия Маурицио Патарнелло отметил: «Нестле» присутствует на российском рынке уже почти 150 лет. За 16 лет своей современной истории в России компания сделала очень много, как в экономической, так и в социальной сфере. Инвестиции «Нестле» в экономику страны за этот период превысили 1,5 миллиарда долларов США, а на социальные программы компания только в России тратит ежегодно более 1,5 миллионов долларов США. Социальная ответственность является неотъемлемой частью бизнес-стратегии компании «Нестле». Мы придаем огромное значение постоянному развитию диалога о создании общих ценностей, а также налаживанию устойчивых связей с некоммерческими организациями и с обществом. Социальный отчет «Нестле Россия» «Создавая общие ценности» призван продемонстрировать общественности наиболее успешные проекты и значимые достижения нашей компании в этой области».

Концепция «Создание общих ценностей» была впервые представлена компанией Nestlé S.A. шесть лет назад, в 2007 году. Она подразумевает, что компания может успешно развиваться только в том случае, если создает общие ценности не только для акционеров, но и для общества в целом. Компания придерживается этого принципа как основополагающего в своей деятельности во всем мире. Особое внимание «Нестле» уделяет трем направлениям: здоровое питание, сохранение водных ресурсов и развитие эффективного сельского хозяйства.

Кроме информации по этим трем основным направлениям, Социальный отчет за 2012-2013 гг. также рассказывает об истории развития «Нестле», о деятельности компании в области охраны окружающей среды, развития сотрудников, взаимодействия с местными сообществами, партнерами, проектах в сфере благотворительности на федеральном и региональном уровнях.

«Нестле» является экспертом в области правильного питания и здорового образа жизни. Компания ведет непрерывную работу по усовершенствованию рецептур продуктов и повышению их пищевой ценности. В сотрудничестве с Министерством образования РФ и Институтом питания РАМН «Нестле» разработала и с 1999 г. проводит общенациональную образовательную программу для детей «Разговор о правильном питании». В программе ежегодно участвуют более 800 тыс. детей из 44 регионов России. За 14 лет существования программы обучение прошли более 5 млн детей. Общий объем инвестиций компании в разработку и развитие программы составил 290 млн рублей.

Компания активно поддерживает значимые культурные, спортивные, образовательные мероприятия. Так, сотрудничество крупнейшего в мире производителя продуктов питания и Государственного Большого театра России началось еще в 2005 году, с 2010 года «Нестле» выступала официальным спонсором Большого театра. С 2013 года компания стала Официальным спонсором Балета Большого театра России.

Продолжая традиции поддержки музыкального творчества, с 2012 года компания выступает Генеральным спонсором ежегодного международного фестиваля камерной музыки «Окно в Швейцарию», который проводится при поддержке Посольства Швейцарии в Российской Федерации.

«Нестле Россия» осуществляет значительный вклад в развитие национальных и региональных социальных программ, работая более чем с 50 благотворительными организациями России. Компания участвует в программах помощи инвалидам, детям и подросткам, оказавшимся в тяжелой жизненной ситуации, воспитанникам интернатов и коррекционных школ, оказывая поддержку более 20 российским благотворительным организациям.

Производственные филиалы компании также принимают активное участие в общественной жизни тех регионов, где они расположены. Они оказывают поддержку многим социальным и культурным проектам, включая помощь школам, благотворительным организациям и спортивным обществам.

Вопрос бережного отношения к окружающей среде решается путем внедрения энергосберегающих технологий на производственных предприятий «Нестле», а также реализации мероприятий по защите окружающей среды. Компания также проводит просветительские мероприятия и волонтерские акции, тем самым поощряя социальную активность в этом направлении.

Перспективы дальнейшего развития компания «Нестле Россия» видит только с учетом взаимодействия с обществом путем созданием общих ценностей. Ответственное отношение к производству продуктов, бережное отношение к окружающей среде и улучшение качества жизни людей являются определяющими принципами, обеспечивающими компании ее успешное развитие.

КСО 2.0: время перезагрузки

Екатерина Кац

На седьмом ежегодном форуме «People Investor: компании, инвестирующие в людей» эксперты обсудили, как развиваться в кризисных реалиях.

Рецессия проникает во все сферы общественной жизни. Эксперты, собравшиеся в РЭУ им. Плеханова в рамках VII Форума «People Investor: компании, инвестирующие в людей», проводимого Ассоциацией менеджеров (АМР), не исключают, что проблемы в экономике отбросят отечественный бизнес назад в плане социальной ответственности.

Это обстоятельство определило выбор темы Форума в 2014 году, сформулированной как «Устойчивое развитие российской экономики в эпоху глобальных перемен: утопия или реальность?»

Полоса препятствий

«Впереди очередная полоса испытаний, очередные вызовы для тех компаний, которые привыкли быть социально ответственными. Начались вынужденные сокращения расходов, а значит, тема реальности устойчивого развития в условиях рецессии выходит на передний план», - заявил, открывая форум, исполнительный директор Ассоциации менеджеров Вячеслав Евсеев.

Подобный посыл содержался и в обращении к участникам заместителя министра образования Вениамина Каганова, который напомнил, что «сокращение бюджетов на много лет отбрасывает компанию по отношению к человеческому капиталу». И это, по словам спикера, происходит в тот момент, когда российский бизнес вышел на новый уровень осознания: «Компании созрели к тому, чтобы «вкладываться» на перспективу в регионах, где они размещают бизнес. И общество созрело для взаимодействия»...

Эксперты отмечали, что в условиях существенного ограничения финансирования и фокусировок бизнеса всех форм, сокращаются в первую очередь затраты на такие важные направления как корпоративное волонтерство. В то же время исследования показывают, что при формировании в проблемном регионе или субъекте 30%-ного уровня волонтерства – людей, небезразличных к окружающей среде людей, можно добиться серьезного экономического эффекта. В ходе обсуждения эксперты пришли к выводу: чтобы наладить взаимодействие, связать корпоративные стратегии с региональными и муниципальными, надо сформировать ресурсный план.

Стратегия оптимизма

Мария Захарова, руководитель службы по связям с общественностью ГК «Новард», ответила на вопрос: «утопия или реальность?», поставленный в теме форума, в оптимистичном ключе: «Не утопия, не реальность, а возможность и необходимость». Компания проспонсировала представленные в ходе форума исследования, поскольку менеджмент «Новард» ставит целью популяризацию в обществе идеи ведения ответственного бизнеса. По мнению спикера, необходимо «не создание отдельных стратегий по КСО, а внедрение их в качестве составной части бизнеса. Необходимо доказать руководству, что без ответственного отношения к потребителям, сотрудникам и партнерам сейчас удержать бизнес на плаву невозможно», – считает Мария Захарова. «Едва ли компания может претендовать на устойчивое развитие, если она не учитывает не только внутренние, но и внешние факторы воздействия: социальные, экономические, экологические. Постоянный диалог со стейкхолдерами, ориентация на созидание – это тот подход, который мы подразумеваем под ответственным ведением бизнеса», - убеждена эксперт.

Игорь Соболев, председатель комитета по КСО Ассоциации менеджеров, выступил с докладом, где обобщены данные, накопленные по данной теме российским бизнесом в последние годы. «Тот путь, которым развивается КСО в российских реалиях, соответствует западным образцам. Мы приходим к тому, что бизнес видит в качестве целей не только создание ценностей для общества, но и для самого бизнеса», - считает он.

Разнонаправленные тенденции

По словам докладчика, наметились две основные тенденции в крупном бизнесе. Первая – формирование устойчивой группы компаний, которые ведут корпоративно-социальную деятельность комплексно, в соответствии с международными стандартами в расчете на долгосрочную перспективу своего бизнеса. Многие компании формулируют этические принципы для своих стейкхолдеров.

Вторая тенденция не столь позитивна: в целом исследование зафиксировало снижение темпов интеграции процессов КСО в корпоративные отношения, сообщил эксперт.

Участники дискуссии поделились своими представлениями о том, как сделать КСО привычной частью взаимодействия российского бизнес и власти.

В частности, обсуждался вопрос о том, что кризис в области КСО начался еще до появления примет рецессии, поскольку многие предприниматели воспринимают вложения в подобные проекты как постоянную избыточную нагрузку на бизнес. Выходом может стать активно развивающаяся в последнее время технология импакт-инвестирования, то есть вложения в социально ориентированные проекты, которые приносят рентабельность компании.

Многие эксперты уверены, что именно перезагрузка представлений об ответственности бизнеса перед обществом – ключ к решению проблемы, поскольку принесет предпринимателям моральное удовлетворение, улучшит их репутацию. Эксперты предлагают собирать и описывать успешно реализованные кейсы импакт-инвестирования, чтобы показать бизнес-сообществу, как технологии работают, совмещая социальный и экономический результаты.

Сплошная ответственность

По словам Игоря Соболева, для отечественных компаний настала пора правильно преобразовать КСО в те форматы, которые будут выгодны бизнесу, будут способствовать повышению его эффективности. «Я надеюсь, что вызовы 2014-15 годов позволят перейти к КСО, которую на западе называют КСО 2.0 – переход к новым способам реализации бизнеса и взаимодействия на принципах социальной ответственности», - отметил Игорь Соболев.

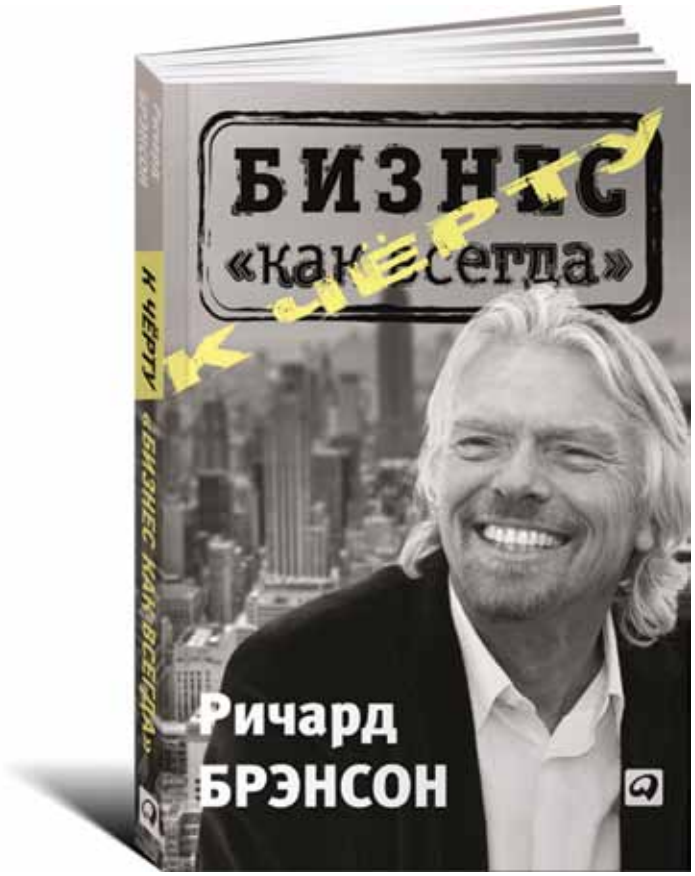
Такой переход уже происходит с развитием высокотехнологичных компаний. Алексей Гореславский, главный редактор интернет-портала Lenta.ru объяснил, что поддерживает начинания в сфере КСО, поскольку «для того, чтобы делать бизнес в интернет-индустрии, нужны только люди, которыми надо управлять, чтобы производить интеллектуальный продукт». Такая ориентация на сотрудников превращает бизнес «в сплошную корпоративно-социальную ответственность».

Егор Сапрыкин, директор по маркетингу «АльфаСтрахование» поделился видением того, как реализация проектов в сфере КСО становится вложением компании в здоровье сотрудников.

Вениамин Каганов напомнил о важности внедрения стандартов КСО в образовательные программы всех уровней. Он выступил с инициативой создания совета при Министерстве образования и науки с привлечением других министерств и ведомств, что позволит сделать его органом по социальному партнерству в области образования, создав устойчивый механизм взаимодействия и развития.

К черту «бизнес как всегда»

(Screw Business As Usual)
Автор: Ричард Брэнсон
Издательство: Альпина Паблишер



Предприниматель и бунтарь Ричард Брэнсон переворачивает с ног на голову стандартные представления о предпринимательстве, посылая к черту «бизнес как всегда». С его точки зрения прибыль – уже не единственная движущая сила бизнеса. Пора стереть границу между понятиями «польза для предпринимателей» и «польза для планеты». В своей книге-манифесте Брэнсон делится секретом того, как помощь людям и всей экосистеме позволяет бизнесу развиваться.

Книга будет полезна бизнесменам, которые смогут на примере Брэнсона научиться создавать успешный и при этом социально ответственный бизнес, предпринимателям, которые узнают о новых рынках и инновационных бизнес-моделях, студентам, которые хотят заниматься чем-то значимым, в то же время хорошо зарабатывая.

Сегодня уже недостаточно заниматься благотворительностью, раз в году торжественно выписывая чек. Брэнсон рассказывает о прогрессивных компаниях мира, которые в тысячи раз мультиплицируют свои шаги в области благотворительности, социальной и экологической ответственности, во-первых, давая возможность своим сотрудникам и руководителям быть вовлеченными в этот процесс и, во-вторых, не просто помогая нуждающимся в разных странах, а создавая особые экономические модели, позволяющие нуждающимся изменить и улучшить свою жизнь навсегда.

Сотни жизненных уроков, изречений и мыслей, рассказов о победах и трагических переживаниях сливаются в книге Брэнсона в захватывающий калейдоскоп событий. Лемуры, вымирающие акулы и тигры, Walmart, eBay, Wikipedia, Facebook, Twitter, Puma, Virgine Group, General Electric, Marks & Spencer, Африка, СПИД, Арабская весна, Палестина и Израиль, Эл Гор, Мухаммад Юнус и банк Grameen, Danone, Леди Гага, Питер Гэбриэл, президент ЮАР Табо Мбеки, фонд Билла и Мелинды Гейтс, Пан Ги Мун, Coca-Cola, Нельсон Мандела, Саддам Хусейн, Кофи Аннан, рокгруппа REM, Unilever, salesforce.com, kimberly-clark.com — вот неполный список организаций, людей, стран и глобальных проблем, описанных или упоминаемых в книге Брэнсона в контексте необходимости послать к черту «бизнес как всегда».

Я попытаюсь поделиться своими мыслями о том, как бизнес может помочь в исправлении нашей невеселой ситуации и сделать мир лучше для всех. Штука в том, что я верю в бизнес, потому что верю: бизнес может быть силой добра. Иначе говоря, приносить пользу – полезно для бизнеса.

Позвольте мне чуточку порассуждать над этим афоризмом. Вот что я имею в виду – в самом сжатом виде.

Принося пользу, делая добро – делая то, что правильно, – бизнес будет процветать. Работа над добрыми делами может стать источником прибыли (вы поймете это из рассказов о людях и компаниях, которые так и действуют). Это самая главная мысль книги. Прежде я говорил: «Работай с удовольствием — а деньги придут!» Я и сейчас так считаю, но сам лозунг чуточку изменился. «Приноси пользу, работай с удовольствием – а деньги придут!» В каждой главе есть примеры того, как все виды бизнеса, от коммерческих предприятий до социальных структур вне зависимости от их размера, могут расти, делая то, что правильно, то, что должно, принося пользу.

Один мудрый профессор экономики как-то сказал: «Делайте ставку на то, что люди поступят порядочно». Великолепно и точно сказано. Люди инстинктивно стремятся совершать правильные поступки. Ведь это и делает нас людьми. Слова «приносить пользу» для разных людей имеют разный смысл. В данной книге «приносить пользу» означает заботу об окружающей среде. И речь не просто о том, чтобы не загрязнять ее, но чтобы лик-

видировать последствия загрязнения двух последних веков – с начала промышленной революции. Речь о том, чтобы восстановить гармонию с природой. Еще раз: задача состоит не в том, чтобы причинять меньше вреда, а в том, чтобы средствами и инструментами бизнеса улучшить жизнь людей и состояние самой планеты. Тем, кому повезло меньше, чем нам, необходимо помогать в создании своего дела, такой работы, чтобы они могли жить достойной жизнью – которой заслуживает каждый. Это фундаментальное и абсолютно насущное право каждого человека: иметь возможность зарабатывать на жизнь, обеспечить себе и своей семье еду, крышу над головой, доступ к лекарствам и врачебной помощи. А это значит, что нам необходимо кардинально пересмотреть наш нынешний образ жизни, чтобы земля стала более мирным, здоровым и гармоничным местом. Я убежден, что новая революционная – форма капитализма, которую я назвал «Капитализм 24902» (позднее я объясню, что это значит), будет работать со всей ответственностью перед обществом, что позволит бедным обрести экономическую свободу и получить новые возможности для предпринимательства.

Даже будучи ребенком, я чувствовал социальную ответственность. С годами это чувство крепло, и **сегодня я трачу столько же времени и сил на решение социальных проблем, сколько на собственные бизнес-проекты.** В компании Virgin есть фонд Virgin Unite, где мы много работаем над поиском новых бизнес-решений для существующих проблем. На страницах этой книги вы познакомитесь с несколькими замечательными партнерами нашего фонда. Когда недавно речь зашла о моих принципах филантропии, кто-то сказал:

– Так это же Ричард… Он все делает иначе.

Мне хотелось бы верить, что имелось в виду следующее: я никогда не жертвую деньги просто так, не задаваясь вопросом о том, в какие руки они попадут и как будут использованы. Я управляю фондом Virgin Unite точно так же, как и любым другим бизнесом, стремясь к тому, чтобы все наши инвестиции приносили наибольшую выгоду в социальном и экологическом планах. И я абсолютно убежден, что суть всей этой работы не только в деньгах.

Более того, часто деньги представляют собой наименее важный фактор. А ключевой фактор – это люди, вкладывающие свои таланты и силы в поиски способов, благодаря которым бизнес будет не только приносить доход, но и работать на создание лучшего мира. Выписанный чек может повлиять на жизнь сотен человек, но готовность всего вашего бизнеса к переменам повлияет на жизнь миллионов, одновременно давая новый смысл жизни и творчества всем работникам вашей компании. Именно эта философия стала основой книги, которую вы держите в руках. Она раскроется перед вами в историях людей, которые используют радикально иной подход к бизнесу, принося пользу человечеству и планете, инициируя перемены к лучшему.

<…>

Мне всегда нравился вопрос: «На сколько лет ты бы себя ощущал, если бы не знал своего возраста?» Мой ответ был бы: «На двадцать с небольшим». Правда, моя дорогая жена Джоан с классической шотландской откровенностью наверняка добавила бы: «Не совсем, Ричард. Ты ведешь себя как двадцатилетний, а это не одно и то же». Хотите верьте, хотите нет, но мне действительно двадцать. Все остальное – вопрос коэффициента. Тем более что, в отличие от людей моего возраста, я всегда радуюсь своим дням рождения и стараюсь сделать их как можно более запоминающимися. Как, кстати, и в этом году. («Ты абсолютно чокнутый», – говорит Джоан, когда я собираюсь пролететь на монгольфьере через Тихий океан или проехаться по Арктике на собачьей упряжке.)

<…>

Я всегда старался быть социально ответственным и считал, что каждый имеет право жить в достатке. Наверное, поэтому **каждый мой бизнес так или иначе связан с тем, чтобы дать другим шанс в жизни.** Еще студентом, начав издавать журнал *Student,* я открыл консультационный центр для студентов и школьников, где молодые люди могли получать информацию и помощь в решении таких вопросов, как венерические и психиатрические заболевания, безопасный секс и беременность. Центр по-прежнему существует в Лондоне на Портобелло-роуд, и вот уже сорок лет люди обращаются туда за помощью.

<…>

По мере того как Virgin росла, развивались и наши идеи о том, чтобы достойно относиться к своим сотрудникам и ответственно – к окружающей среде. Люди всегда были для нас приоритетом, мы старались давать им возможность участвовать в принятии решений, давали чувствовать, что они – часть компании, для которой деньги не единственная цель. Я убежден, что, заботясь о своих сотрудниках, я забочусь о бизнесе.

Способы могут быть самыми разными. Можно дать человеку возможность совмещать две профессии, позволить ему реализовывать собственные инициативы. В нашем случае это не просто сработало, это позволило собрать выдающихся людей, которые не только с энтузиазмом относятся ко всему, что делает Virgin, но и хотят изменить мир. Самое главное в том, что сейчас многие компании и фирмы на всей планете инстинктивно делают то же самое, а люди повсюду начинают понимать, что **каждый из них способен менять мир, пусть даже и на самом малом участке.** Социально ответственный бизнес не обязан быть огромным для того, чтобы влиять на происходящее вокруг. Важно, чтобы нужные люди оказались в нужном месте. На планете великое множество мини-предприятий, от пригородов Йоханнесбурга до индийских деревушек, от производителей сыра во Франции до органических виноградников в Австралии и кооперативов, производящих шерсть лам в Эквадоре, – все они меняют бизнес к лучшему. Есть и огромные транснациональные корпорации, которые меняются изнутри, чтобы служить добру. Люди во всех этих организациях – больших и малых – вместе обладают силой урагана, способного изменить мир. Это уже не прежняя классическая «корпоративная социальная ответственность», где «ответственность», как правило, состояла из нескольких человек, сидевших в подвале компании. Теперь каждый человек в бизнесе должен взять на себя ответственность за перемены во всем, что он делает, – как в работе, так и в личной жизни.

Великолепно и то, что благодаря технологиям мы теперь гораздо больше знаем не только о том, что происходит по соседству, но и на другом краю Земли. Эти технологии раздавили прежнюю структуру управления «сверху вниз» и дали власть людям.

Я имел честь познакомиться с Пэм Омидьяр, которая вместе со своим мужем Пьером, основателем компании eBay, присоединилась к нам в финансировании и поддержке проекта «Старейшины» (вы узнаете о нем позже). Пару лет назад мы с Пэм и Пьером путешествовали

по Марокко, и слова Пьера о смене парадигм врезались мне в память.

– Долгосрочное устойчивое развитие, – сказал он, – происходит тогда, когда людям открываются их силы и возможности. Решение проблемы в том, чтобы сместить центр тяжести принятия решений, передвинуть его на периферию, в общину, в поле – и так далее. Передвинуть его с прежнего места, где решения всегда шли сверху вниз. Впервые в истории человечества технологии дали людям возможность связаться с немыслимым прежде числом себе подобных. Уже появились названия этого нового подхода к бизнесу: «Капитализм 2.0», филантрокапитализм и другие. Однако ни одно из них не ухватывает мощи и потенциала нового тектонического сдвига, который должен стать делом наших рук.

На одном из недавних мероприятий в Virgin Unite мы провели короткую сессию мозгового штурма и после пары стопок (и жарких дебатов) выбрали название, которое теперь и используем для нового типа бизнеса: «Капитализм 24902». Согласен, может, это чуточку и напоминает «Беверли-Хиллз, 90210», но уверяю вас: это совершенно разные вещи. Но тогда что же это означает? Сначала мы говорили о том, что искомое название должно отражать уровень ответственности, выходящий за пределы группы компаний или одной отдельно взятой страны. И когда кто-то упомянул, что окружность Земли составляет 24 902 мили...

Тогда-то и родилось название: «Капитализм 24902»! Смысл прост: каждый бизнесмен отвечает и за людей, и за планету - за всю нашу глобальную деревню, за каждую из 24 902 миль ее окружности. **Я убежден, что если планета, какой мы ее знаем, и жизнь, какой мы ее знаем, сохранятся, то лишь благодаря нашим усилиям, нашему движению вперед.** Я не говорю только о катастрофе, грозящей людям и Земле из-за климатических изменений. Я говорю об одной из ключевых причин изменений климата, об одной из главных угроз, стоящих перед человечеством: ускоряющееся истощение природных ресурсов. В последующие пару десятилетий мы можем остаться без нефти, минералов, пресной воды, рыбы. Увы, именно сейчас, когда я пишу эти слова, происходит страшнейшая за 60 лет засуха в Восточной Африке, принесшая неисчислимые страдания таким странам, как Сомали. И если мы как можно скорее не перейдем к «Капитализму 24902», то станем свидетелями масштабных войн за землю, пищу, воду и топливо.

Работа над этой книгой длилась семь лет. Это история моего семилетнего движения к осознанию того, что бизнес – великолепный инструмент экономического роста в мире, однако и Virgin, и другие компании сделали крайне мало для того, чтобы вывести мир из катастрофического штопора, в котором мы все оказались.

Более того, как показали финансовые кризисы последних лет, мы способствовали тому, чтобы этот штопор становился и быстрее, и необратимее. Все мы – часть проблемы. Мы засыпаем планету мусором, мы тратим налево и направо, и – если уж говорить начистоту – мы тотально облажались. Природные ресурсы заканчиваются быстрее, чем восстанавливаются. Не вдаваясь в тонкости, можно сказать, что многие ресурсы – такие, как нефть, леса, минералы, – в принципе невосстановимы. Если они исчезнут, то навсегда. Капитализм в том виде, в каком мы его знаем, развился во время промышленной революции. Да, он создал возможности для экономического роста, дал людям множество полезнейших изобретений, но все это имело свою цену, а она-то никак не была отражена в «балансовом отчете». Принцип «прибыль – это король» привел к серьезным негативным, хотя и непреднамеренным последствиям. Полтора века мизерных зарплат, угробленных жизней, разоренной планеты, загрязненных морей были ничем в сравнении с главной целью: прибылью. Но сейчас все меняется. Поэтому новый тип капитализма в последние 10–20 лет набирает силу. В 1930-е началось движение «Вернемся к земле»*.

В 1960–1970-е – мир, любовь, неочищенный рис и «дети-цветы». Современное движение зеленых началось в Германии и Скандинавии на стыке 1980–1990-х, но так и не набрало достаточной силы. Оно сводилось к тому, чтобы беречь окружающую среду, пропагандировать вторичную переработку и перейти к потреблению здоровой пищи. Возникло множество «зеленых» кооперативов и мини-ферм по производству органических фруктов и овощей. Но слишком малое количество людей под влиянием «зеленых» идей меняло свой образ мыслей или хотя бы задавалось вопросом: «А как мы будем выживать, когда все это кончится?» Относительно недавно мы поняли, что в географическом масштабе минералы и прочие природные ресурсы истощаются в угрожающем темпе. Многие ученые считают, что в некоторых областях это произойдет еще при нашей жизни.

Джеймс Лавлок – один из таких ученых. У него хватило смелости годами отстаивать свою точку зрения и предупреждать нас о грядущей опасности. Однажды я с моим другом и коллегой Уиллом Уайтхорном обедал у Джеймса, и он сказал: «Вместо того чтобы думать, как же нам выжить на собственной планете, земле, мы все быстрее и быстрее убиваем ее, что в конце концов приведет к нашей гибели». Вот его точка зрения:

– Земля может прокормить один миллиард человек. Шесть миллиардов – уже слишком, слишком много. Планета вот-вот выдохнется. Чтобы понять, почему истощение происходит настолько быстро, возьмем простой прибор, без которого большинство людей наверняка выжили бы, – обычный ноутбук. Средний ноутбук весит примерно десять фунтов, но, чтобы сделать его, нужно вовсе не десять фунтов исходного вещества. Если вы посчитаете все, что было переработано и очищено для этих десяти фунтов, то выясните, что ваш ноутбук весит не десять фунтов и даже не сто. Суммарная цифра вас поразит: 40 000 фунтов – или без малого десять тонн. В них входят минералы, добытые в шахтах, использование огромного количества топлива, которое тоже в свою очередь есть не что иное, как продукт бурения. Год за годом наши ноутбуки становятся все легче и все мощнее, но способ добычи и очистки материалов, необходимых для создания портативного компьютера, не стал ни чище, ни технологичнее, чем сорок лет назад. Сейчас это меняется.

Уильям Макдонах – один из пионеров в разработке способов трансформации производства, его вдохновляли природные системы. Мне сразу пришлись по душе его идеи. В них не было ни мрачности, ни обреченности, ни требований отказаться от экономического роста. Речь шла о том, чтобы делать все иначе, слушая Мать-Природу и учась у нее. Я имел честь принимать его на острове Некер на одном из первых заседаний нашего Carbon War Room («Углеродного оперативного штаба»). Его речь была поистине вдохновляющей, и начал он ее так:

– Представьте мир, в котором все, что мы делаем, используем, потребляем, дает пищу природе и промышленности. Мир, в котором экономический рост – это плюс, а вся деятельность человека создает великолепную экологическую обстановку.

В течение следующего часа все присутствующие, как загипнотизированные, слушали Билла. А он расска-

зывал нам об уже проделанной им работе, о сочетании городской архитектуры с красотой окружающей среды, что нужно сделать, чтобы все, где живет человек, стало гораздо более эффектным, эффективным, эстетичным, с отсутствием негативного влияния на природу. Он показал нам здания – живые здания! – с поразительными фермами на стенах и крышах, с накопителями солнечной энергии, свежим воздухом и цветущими растениями. Он абсолютно уверен в том, что все проблемы с начала промышленной революции – это проблемы и ошибки в дизайне, в технологических решениях и, что у нас есть возможность изменить все это, если мы начнем учиться у Матери-Природы с ее исследовательским опытом в три миллиарда лет. Позже я расскажу вам о нескольких компаниях, которые пошли по этому пути.

<...>

С возрастом мне начало казаться, что я сам слишком мало способствую переменам к лучшему, особенно принимая во внимание мое постоянное невероятное везение. Во мне происходил переход: от удовлетворения жизнью и бизнесом, моим вкладом в общество к осознанию того, что я толком и не прикоснулся к тому, чтобы помочь нашей планете и сделать что-то, чтобы жизнь на ней не исчезла. Я всегда понимал, что нищеты в этом мире слишком много. В одних частях планеты люди богатели, в других – страдали, умирая от голода и болезней, таких как малярия и СПИД. И да, я всегда хотел, чтобы Virgin стала образцом социального предпринимательства. Однако теперь я начал понимать, что одних красивых слов, увы, недостаточно, а **чтобы изменить ситуацию, каждый сотрудник Virgin должен стать частью перемен.**

Многие умные и порядочные люди давно работали над тем, чтобы донести до сознания правительств и народов не только то, что пора прекратить пользоваться ресурсами планеты так, словно они неисчерпаемы, но необходимо и делать что-то в этом направлении. Однако сейчас каждый должен добавить и свой голос, и свою энергию к общим усилиям остановить катастрофу, которая может разразиться над всеми нами. Нужны все наши голоса и вся наша энергия – для того, чтобы перемены состоялись. И я понял, что эти усилия полезны для бизнеса! От этого лучше и людям, и бизнесу. Компании, которые идут по этому пути, начинают видеть реальные экономические преимущества.

Это показывает и анализ, проделанный консалтингово-аналитической группой глобального бизнеса FTSE: «Компании, которые на постоянной основе выстраивают свою социальную активность и управляют ею, показывают более высокие доходы в течение семи из восьми лет».

<...>

В «Капитализме 24902» существует масса возможностей свести вместе бизнес, правительства и социальный сектор с тем, чтобы создать абсолютно новые бизнес-модели, которые гораздо лучше работали бы на общество. **У компаний также есть прекрасные возможности для того, чтобы трансформировать привычную благотворительность** и подумать над тем, как они могли бы помочь запустить эти модели. Использование наиболее полезных секторов правительства, бизнеса и общества вместе с новым предпринимательским подходом – великолепная, редкая возможность. К сожалению, на сегодняшний день существует очень небольшое количество фондов и фирм, создающих новые гибридные, основанные на бизнесе модели, чьих рычагов было бы достаточно, чтобы привести к переменам. Однако мы обнаружили такое исключение: компанию, которая делает поразительные вещи и меняет корпоративную филантропию до неузнаваемости. Это Shell Foundation.

Одна из областей, которой Крис Уэст из Shell Foundation уделяет особое внимание, – это «недостающее среднее», иначе говоря, малые предприниматели, которые остаются вне новой бизнес-модели просто потому, что они слишком велики для микрофинансирования и слишком малы для больших финансовых организаций. Крис стал создателем GroFin – социально ориентированной организации, которая должна запустить цепь изменений и способствовать экономическому росту в развивающихся странах.

Именно здесь филантропия встречается с малым бизнесом и – посылая к черту «бизнес как всегда» – разрабатывает новые модели, чтобы дать финансы и знания там, где они более всего нужны. Ко времени написания этой книги согласно анализу журнала Forbes Shell была второй по величине энергетической компанией в мире, занимая пятое место среди всех компаний вообще. Комбинация огромного богатства и мелкого предпринимательства – вещь труднодостижимая и маловероятная, однако Крис Уэст уверен, что Shell в состоянии «впрячь» массу своих возможностей – бизнес-мышление, функциональные знания и опыт, связи и, конечно же, свое имя, свой бренд, чтобы поддержать работу созданной организации. GroFin – плод ранних предпринимательских партнерств Криса еще с 2001 года. Ее бизнес в Африке – логическое продолжение того, что делал банк «Грамин» в Азии. Правда, «Грамин» предлагал малые кредиты, а GroFin предлагает комбинацию кредитов среднего размера, да еще и бизнес-поддержку, чтобы помочь малым предприятиям расти. Очень немногие финансовые организации готовы рискнуть малыми и средними суммами кредитов, однако именно здесь потребность особенно велика.

Shell поставила своей целью помогать бедным после обвинений, что обществу от компании нет никакой отдачи. Реакцией компании стала организация фонда Shell с государственным обеспечением и управлением, что по сути означало: да, фонд создан компанией Shell, но она не несет за него никакой ответственности.

Эта автономия давала возможность **исследовать наиболее эффективные модели, чтобы достичь поставленных благотворительных целей, а также испытывать рискованные «пилотные» модели,** что вряд ли было допустимо в главном бизнесе компании. Я понимаю, что Shell (как и другие отрасли бизнеса) – не самая совершенная компания и, как прочие нефтяные гиганты, отрицательно влияет на экологию. Но по меньшей мере они пытаются решать серьезные проблемы, встающие перед ними. Назначение Криса Уэста директором было смелым решением. Он в жизни не продал ни единой бочки нефти. Начав работу в небольшой консалтинговой фирме в Великобритании в 1980-е, он все время мечтал о том, чтобы применить свой опыт в Африке. И здесь он опережал время. Он понял, что его собственный опыт в создании новых предприятий, его недостаток знаний и финансов – это все то, с чем сталкивается малый предприниматель в Африке, пытающийся открыть свой бизнес. Крис понял, что предприниматели во всем мире сталкиваются с двумя главными вопросами:

– как мне финансировать рост моего бизнеса?

– как мне обрести знания и опыт, необходимые для того, чтобы преуспеть?

В Великобритании вы, скорее всего, найдете ответы. Но предпринимателям в Африке повезло меньше. Несколькими годами позже Крис был приглашен для того,

Казаки рассматривают карикатуры на самих себя

Художник изобразил сценку у витрины павильона для продажи эстампов. Здесь выставлены гравюры в рамах с портретами Талейрана, Марии-Луизы, видами Москвы и Вены, а также карты Франции и театра военных действий в 1812 г. Поверх карт на прищепках размещены листовые эстампы небольшого формата, где можно различить портреты Франца I, Александра I, Наполеона, а также карикатуры на французскую буржуазию и русских казаков.

С 1812 г. казаки стали популярными персонажами русских лубков. С 1813 г. в иностранных карикатурах (особенно английских и немецких) образы казаков оказались самыми многочисленными. Появление подобных карикатур и их моментальное распространение во Франции также отмечено многими современниками. Париж в это время был наводнен литографированными картинками – главным образом в издании Мартине.

Г. Опиц нарисовал на первом плане двух казаков, рассматривающих листок с карикатурой под названием «Казак, рисованный с натуры». Ясно, что это изображение очень веселит его героев, а необузданная фантазия художника вызывает у них добродушное удивление. Размещенный на прищепке поверх карты портрет Наполеона (составленный из трупов) хорошо известен в гравированном исполнении и дошел до нашего времени. Это еще раз доказывает, что зарисовки Г. Опица явно выполнены с натуры.

чтобы сформировать новый фонд Shell, – и к тому времени он уже выучил свой урок. Этот урок значим и для меня. Крис описывает свое назначение директором как «чистое везение». Он говорит, что скорее удача, а вовсе не его компетентность увела его от попыток начать свой бизнес и направила его в Африку, в фонд Shell. Он оказался в нужном месте в нужное время. Я очень ценю откровенность Криса, потому что многие из моих возможностей возникали потому, что я оказывался в нужном месте в нужное время. По сути, большинство успешных бизнес-структур появлялись на свет, когда кто-то оказался в нужном месте и в нужное время, а потом увидел свой шанс и ухватился за него. «Чистое везение» для разных людей может значить очень разные вещи. Я всегда считал, что удача не просто «приходит» – это всегда дело твоих рук. Тот, кто всю жизнь сидит дома или в офисе, ожидая, когда на него свалится удача, вряд ли окажется в нужное время в нужном месте. Иначе говоря, из сверхосторожных не получаются успешные бизнесмены. Нужно быть смелым, не будучи при этом безрассудным. **Уметь молниеносно взвешивать свои шансы, но при этом не быть игроком – лучший совет, который я могу дать начинающему предпринимателю.**

Крис мгновенно увидел свой потенциал, возможность использовать свой опыт, чтобы помочь возникновению и росту малых предприятий в Африке. Однако с самого начала целями его были: инновационность, рыночность, устойчивое развитие и масштабируемость. Иначе говоря – финансовая жизнеспособность. Это стало лозунгом и мантрой фонда. Для своей роли он придумал интересные термины. В бизнесе он был «социальный предприниматель», но, работая над тем, чтобы изменить практику социальной ответственности крупной корпорации, он превращался в «социального подпринимателя». Но самое главное – для того, чтобы фонд заработал с максимальной эффективностью, требовалось время.

Я познакомился с Крисом на «Глобальной инициативе» бывшего президента Клинтона. В большом зале было достаточно много людей, обсуждавших, как увеличить инвестиции в бизнес-решения социальных и экологических проблем. Свое выступление я закончил вопросом:

– Что можно сделать для глобальных перемен? У кого-нибудь есть мнение на этот счет?

Никто не спешил поднять руку. По правде говоря, на этот вопрос нет простого ответа. Потом – к ужасу Криса – Джин повернулась к нему и сказала:

– Крис, ты ведь уже проделал большую работу в этом

направлении. Может быть, скажешь что-нибудь?

Джин уже несколько лет обсуждала с Крисом различные решения, а потому была уверена, что имеет дело с добрым, мягким человеком, который может достойно выступить на открытом форуме. Он доказал это, хотя и выглядел бунтарем, говоря, однако, по делу и избегая всякого псевдопрофессионального жаргона. Он сказал, что не считает, будто ролью филантропических организаций должно быть разбрасывание денег направо и налево – а многие из них так и делают. Деньги – это пластырь, но не лекарство, не решение. Люди в Африке, как и повсюду, говорят: «Мне нужна работа». А во многих частях Африки рабочих мест просто не хватает. Вот откуда проистекает нищета. Как могут выжить люди, если они буквально не могут заработать ни цента, а никаких социальных служб, чтобы поддержать их во время безработицы, нет? Крис не поклонник корпоративных фондов.

– Меня уже тошнит от всех этих полных самовосхваления отчетов. Причем на обложке каждого из них стоит улыбающийся полуголый африканец рядом с колодцем. Большинство всех этих фондов показывают мизерную эффективность. Они ничего не меняют в мире, а их влияние на материнскую компанию равно нулю. Поэтому, когда я согласился присоединиться к фонду Shell, я сделал это потому, что был уверен: мы пойдем другим путем. С самых первых дней своей работы Крис строил подход к ней на бизнес-принципах, принимая вызовы глобальной системы, которые соответствовали задачам энергетики. Он воспринимал эти вызовы как неудачи рынка, а бедняков как имеющих право выбора клиентов, а не жертв. В те времена мало кто работал в подобном направлении. Сначала, несмотря на конкретность областей, которые компания хотела бы поддерживать, Shell очень быстро обнаружила, что они ни на миллиметр не приблизились к тому, чтобы что-то изменить в системе. Это вынудило их изменить свою стратегию. Shell понимала, что они – люди бизнеса, но вместо того, чтобы быть «всем для всех», компания решила предлагать свои услуги тем людям, которые были заинтересованы в проблемах, близких Shell. Но и здесь они наткнулись на стену. Они поняли, что бесполезно искать готовые решения на рынке, причем такие, которые при небольших поправках могли бы распространяться, способствовать росту и изменениям к лучшему.

Это удручало, однако стало понятно, что почти **невозможно расширить организацию, у которой вообще нет амбиций к росту.** Крис сказал, что он не настроен против некоммерческих организаций уже хотя бы потому, что они идут туда, куда регулярные рынки побаиваются соваться. Но проблема заключалась вот в чем: эти организации оставались благотворительными и не ставили целью расширить сферу своего влияния. Увы, многие из нас, спонсоры, способствовали именно такому ограниченному мышлению. Часто они буквально «прилеплялись» к филантропам и социальным фондам – и дело шло от проекта к проекту, не далее. Если работать таким образом, то максимум, чего добьешься, – создашь собственный островок совершенства. Так не получится нарастить активы, необходимые для свершения реальных перемен. И хотя люди вроде Криса не говорят вслух ничего подобного, по сути их лозунг «К черту “развитие как всегда”».

Крис осознал, что нужен новый тип бизнеса, социального бизнеса, который бы рос снизу вверх. В последующие годы (со множеством успехов и неудач) начала потихоньку вырисовываться новая модель, которая выявляла решения рыночного типа, помогала находить соответствующих партнеров, чтобы они наращивали собственный бизнес. В Shell Foundation поняли, что для успеха их партнеров им нужны не только и не столько деньги. Они нуждались в поддержке, контактах и помощи в определении собственной стратегии. И, конечно, необходимо было терпение. Крис и его команда использовали мощный бренд Shell, чтобы добыть инвестиции из самых разных источников (к примеру, инвесторы GroFin включают в себя International Finance Corporation, Skoll Foundation и даже ряд африканских банков) и с помощью этих инвестиций помогать идеям расти и воздействовать на окружение.

Эти идеи витали в воздухе вот уже десять-двадцать лет: бизнес, который взял бы на себя все, от устойчивого развития транспорта и финансирования малых предприятий до очистки воздуха в помещениях путем замены старинных буржуек, сжигавших дерево, более экологическими и экономическими решениями. GroFin компании Shell предлагают рисковый капитал и бизнес-сопровождение для малых и средних предприятий в Африке, владельцы которых не имеют либо кредитной истории, либо имущества, которое могло бы обеспечить им обычный банковский кредит. С начала своей работы в 2004 году компания может похвалиться вполне приличным инвестиционным портфелем. Она помогала в создании предприятий разных профилей, от регулировки орошения до электроснабжения, распределения корма для скота и постройки студенческих общежитий. Сейчас она работает в девяти странах Африки и Ближнего Востока, причем расширение операций на Ближнем Востоке продолжается. На текущий момент они распределили 260 миллионов долларов в фондах и поддержали более трех тысяч малых и средних предприятий. В результате около 90 000 человек улучшили свои условия жизни и работы. Так же, как и с фондом Мухаммада Юнуса «Грамин», уровень возврата кредитов очень хорош. Кстати, модель «Грамин» построена очень умно. Они дают кредиты физическим лицам, но состоящим из групп по пять человек, где члены группы поддерживают друг друга, хотя каждый из них отвечает за свой индивидуальный кредит. Контроль со стороны товарищей и коллег делает дефолт в глазах заемщиков чем-то неприличным. Система индивидуальных кредитов GroFin демонстрирует уровень невыплаченных кредитов, который гораздо ниже обычных банков на Западе. В основном это происходит потому, что их клиенты получают гораздо более жизнеспособные бизнес-планы до того, как у них появятся деньги. Малые предприниматели в развивающихся странах относятся к деньгам с уважением, потому что слишком часто это вопрос жизни и смерти – поэтому они хотят оставаться в бизнесе, а не хватать банкноты и удирать.

<...>

Время «Капитализма 24902» пришло. Теперь пора взяться за дело и воплотить его в реальность – как можно быстрее! Вы можете себе представить совершенно иной мир, где бизнес будет делать то, что должно, для общин и окружающей среды?

Предприятия, которые будут получать пользу, приносящие пользу, добьются наибольших успехов в ближайшие десятилетия. Те же, что продолжат вести «бизнес как обычно», концентрируясь исключительно на росте прибыли, не много протянут (чего, собственно, и заслуживают).

Корпоративная социальная политика: теория и практика управленческих решений

Ольга Канаева
– СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2013. – 364 стр.

В монографии рассматриваются поэтапное формирование концептуальных основ корпоративной социальной ответственности (КСО), причины повышения социальной ответственности компаний, современные подходы к трактовке содержания и форм реализации КСО, а также проблемы и особенности реализации КСО, характерные для российских компаний. Основное внимание уделяется исследованию содержания и приоритетных направлений социальной политики компании, которая трактуется автором, как форма реализации КСО, как инструмент стратегического управления социальными факторами формирования долгосрочных конкурентных преимуществ компании. Наряду с теоретическими основами корпоративной социальной политики рассматриваются прикладные аспекты ее формирования и реализации.

Книга адресована сотрудникам компаний, в функции которых входит управление корпоративной социальной деятельностью, формирование и реализация корпоративной социальной политики; исследователям, занимающимся проблемами КСО и социальной политики, устойчивого развития, а также студентам, будущим экономистам и менеджерам – специалистам в новой для России профессиональной области – сфере КСО.

Феномен социальной ответственности бизнеса стал предметом системных научных исследований в 1950-е годы. Начиная с этого периода и по настоящее время, мы наблюдаем нарастающий интерес к проблематике, ассоциируемой с корпоративной социальной ответственностью как со стороны академического, так и со стороны бизнес-сообщества.

Как известно, одним из первых попытку раскрыть содержание понятия «социальная ответственность бизнеса» предпринял Г. Боуэн в своей ставшей классической работе «Социальная ответственность бизнесмена», которая была опубликована в 1953 году. Таким образом, 2013 год являлся годом своеобразного юбилея – 60-летия с момента начала широкой дискуссии о социальной роли бизнеса в современном мире. Юбилей – это всегда повод для подведения итогов, а в данном случае – и повод наметить рамки (предмет) будущих дискуссий и направления дальнейших исследований в этой области.

Осенью 2012 года в Университете им. Гумбольдта (Humboldt Universität, Берлин) прошла Международная конференция «Будущее корпоративной социальной ответственности», которая собрала ведущих ученых из многих стран мира, чей вклад в развитие теории КСО трудно переоценить: Е. Фримена, А. Кэрролла, С. Задека и др. (всего более 500 экспертов, практиков, ученых, руководителей предприятий, консультантов, политиков и представителей неправительственных организаций из 50 стран).

Выступая на этой конференции, один из международно признанных экспертов в области КСО Саймон Задек подвел итоги многолетней дискуссии коротко и определенно: «Мы выиграли эту игру». С такой оценкой трудно не согласиться. Хорошо известно, что идея КСО изначально была воспринята многими экономистами и представителями бизнес-сообщества как угроза самому существованию бизнеса и капитализма. Немало было и тех, кто скептически оценивал возможность найти «бизнес-аргументы» в пользу КСО и убедить компании в том, что социально ответственное ведение бизнеса способно не только принести пользу обществу, но и оказать позитивное влияние на основную деятельность компании, стать фактором формирования ее устойчивых конкурентных преимуществ. Однако в результате многочисленных исследований, острой полемики с оппонентами идеи КСО, благодаря позитивному опыту многих компаний, следующих принципам КСО, удалось развенчать 5 наиболее типичных, устойчивых заблуждений, 5 мифов о КСО:

– КСО – вынужденная реакция бизнеса на внешнее давление;

– КСО сводится к благотворительной, филантропической деятельности компаний;

– КСО – это дополнительные обязательства, которые компании принимают на себя добровольно (например, в социальной сфере), не связанные с основной деятельности компании;

– быть социально ответственным не выгодно, поскольку это приводит к отвлечению средств от основной деятельности;

– КСО – удел крупных, финансово успешных компаний.

Сегодня КСО воспринимается огромным числом бизнес-организаций, работающих по всему миру, не как экзотика доступная ограниченному числу крупных и глобальных компаний, реакция бизнеса на внешнее давление, а как адекватный ответ на системные вызовы и способ совместно с государством и обществом минимизировать экономические, социальные, экологические риски, условие повышения конкурентоспособности и эффективности бизнеса, его устойчивости в долгосрочной перспективе, возможность содействовать решению глобальных проблем.

Вместе с тем, многочисленные исследования феномена КСО не привели к формированию целостной непротиворечивой системы взглядов на содержание и формы реализации социальной ответственности компаний и общепринятой системы релевантных понятий. Остается неясным, идет ли речь о концепции КСО или о концепциях КСО, отражающих всю палитру взглядов и подходов к пониманию содержания исследуемого явления, сменяющих, дополняющих или развивающих друг друга. Последнее указывает на то, что задачи интеграции и формализации взглядов на природу и содержание КСО, систематизации существующих подходов и в итоге концептуализации КСО не утратили своей актуальности. Более того, глубокие системные изменения, происходящие в социально-экономической и геополитической сферах, вызванные сменой технологических укладов, кризисом современной модели капитализма и переходом к его постиндустриальной модели, требуют пересмотра (реконцептуализации) сложившихся подходов к пониманию роли бизнеса в современном обществе и его социальной ответственности. Остаются востребованными и исследования эволюции концепции КСО, ее этапов и движущих сил.

Практическая значимость исследований в области социальной ответственности компаний связана с осознанием бизнесом возможных выгод от следования принципам КСО, а также возможных рисков, вызванных их игнорированием, и, как следствие, формирующимся запросом на практические рекомендации по интеграции принципов КСО в корпоративную стратегию, разработке эффективных корпоративных политик, управлению отношениями с заинтересованными сторонами. Последнее указывает на то, что операционализация и инструментализация КСО, означающие переход от теоретических рассуждений преимущественно нормативного характера к практике управления корпоративной социальной деятельностью, остаются одним из приоритетных направлений исследований.

Особенно высока потребность в практических механизмах и инструментах реализации социальной ответственности, моделях управления корпоративной социальной деятельностью (КСД) у российских компаний, в связи с чем особую значимость, на наш взгляд, приобретает разработка типовой (референтной) модели управления КСД, в том числе и в социальной сфере, которая могла бы быть применена компаниями на практике. Потребность компаний в практических рекомендациях по внедрению принципов КСО делает также необходимым обобщение наиболее успешных корпоративных социальных практик.

В данной книге предпринята попытка осмыслить с современных позиций многообразие взглядов на цели, содержание, функции корпоративной социальной политики, предложить интерпретацию феномена КСП как одной из форм реализации КСО, результата институциализации, формализации и инструментализации корпоративной социальной деятельности, инструмента управления социальными факторами формирования устойчивых конкурентных преимуществ компании и повышения ее корпоративной устойчивости.

Анализ социальных практик международных и российских компаний сделал возможным выявление наиболее типичных подходов к КСО, реализуемых компаниями на практике и их систематизацию. Особое внимание автором уделено обоснованию эффективности модели «стратегической» КСО, а также особенностям формирования и реализации социальной политики компании в рамках этой модели.

Управленческий подход к корпоративной социальной политике (КСП), в соответствии с которым она рассматривается как самостоятельный объект управления, позволил предложить типовую (референтную) модель управления социальной политикой компании, дающую представление об основных этапах формирования КСП, соответствующих процессах и управленческих функциях, методах и инструментах ее реализации. Автор акцентирует внимание на двух важнейших аспектах механизма формирования и реализации КСП – на управлении отношениями с заинтересованными сторонами и оценке эффективности КСП. Как показывают исследования, подавляющее большинство российских компаний недооценивают значение этих двух важнейших составляющих управления КСД.

Для того чтобы компания стала по-настоящему социально ответственной, недостаточно декларировать приверженность принципам социальной ответственности, необходимо интегрировать их в основную деятельность и стратегию компании, научиться управлять КСД.

Ситуация, сложившаяся в настоящее время во многих российских компаниях (с точки зрения организации управления КСД и КСП), вполне объяснима. Она отражает начальный этап формирования социально ответственного поведения компаний, для которого характерны низкий уровень социально ответственного мышления, множественность подходов к пониманию содержания и форм реализации КСО, отсутствие четко выстроенных целей КСД и системы корпоративных ценностей, системного и процессного подходов к социальной политике компании. Вместе с тем в крупных российских компаниях идет процесс формирования механизма управления КСД.

Книга адресована студентам, будущим экономистам и менеджерам – специалистам в новой для России профессиональной области – сфере КСО; сотрудникам компаний, в функции которых входит управление корпоративной социальной деятельностью, формирование и реализация корпоративной социальной политики; исследователям, занимающимся проблемами КСО и социальной политики, устойчивого развития.

Мы надеемся, что положения и выводы, практические рекомендации, изложенные в монографии, будут интересны не только тем, кто преподает и изучает соответствующие курсы в вузах или занимается научными исследованиями в области КСО и КСП, но и тем, кто реализует принципы социально ответственного ведения бизнеса на практике, специалистам, в чьи функции входит управление КСД. Мы надеемся, что знакомство с данной книгой будет способствовать формированию социально ответственного мышления и социально ответственного поведения нынешних и будущих участников хозяйственной деятельности.

В кризис люди охотнее объединяются, чтобы помочь друг другу

Теона Гургенидзе

Сегодня перед социально ответственным бизнесом стоит сложная задача – продолжать и развивать свои программы, и при этом успешно соотносить социальную политику с антикризисным планом управления. Благотворительная ярмарка «Душевный Bazar – 2014» показала, что людям есть чем поделиться, и экономический кризис открывает новые возможности. В этом году фестиваль поддержали Bayer, Майл.ру, Билайн, Ростелеком, Северсталь и IKEA. Некоторые из них впервые участвуют в ярмарке, а для других – это уже добрая традиция.

Компания **«ВымпелКом»** (бренд «Билайн») в этом году – дебютант фестиваля. Руководитель проектов корпоративной социальной ответственности компании **Евгения Чистова** рассказала о том, почему в условиях кризиса КСО становится еще более важной:

– Безусловно, мы учитываем, что страна переживает нелегкие времена: в этом году мы написали письмо партнерам с призывом вместо обычного обмена корпоративными подарками и сувенирами перечислить деньги в те фонды и благотворительные организации, с которыми работаем. Наша компания уже много лет заказывает корпоративные подарки у фонда «Наивно? Очень.» и у различных мастерских, в которых работают люди с ограниченными возможностями. Такие подарки, преисполненные смысла, наши адресаты очень ценят. Это не наше ноу-хау, но «ВымпелКом» уже много лет практикует такую деятельность. На наш взгляд, важно поддерживать социальное предпринимательство и способствовать тому, чтобы предприятий, адаптированных для трудоустройства людей с ограниченными возможностями, в нашей стране становилось больше.

Сегодня важно выстраивать отношения с клиентами в том числе и на базе общечеловеческих ценностей, общих стремлений, сочетая хороший клиентский сервис, интересную рекламу и яркие слоганы, несущие позитивное мировоззрение, с проектами, наполненными добром и стремлением менять мир к лучшему. В России все больше компаний, которые стараются общаться с потребителями через призму подобных ценностей. Это очень правильно, прежде всего, потому что мы можем разговаривать с клиентом с помощью понятных ему категорий и, демонстрируя нашу заинтересованность, активно улучшать жизнь общества. Это оправдано и с точки зрения бизнеса – проще достучаться до сердец клиентов и формировать лояльность к бренду. На «Душевном базаре» «Билайн» – партнер интерактивных мероприятий. Нам очень важно сочетать настроение нашего бренда с той атмосферой, которая здесь царит.

Наталья Белошицкая, руководитель социальных проектов компании **«Ростелеком»**, считает, что самое эффективное – это когда компания помогает обществу своими продуктами, тем самым давая возможность ознакомиться с ними, и рассказывает о своей деятельности из первых уст:

– На «Душевном Базаре» наш стенд посвящен изучению интернета. Ведущий проводит увлекательную интерактивную игру по подобию «Своей игры», которая привлекает много посетителей на нашу площадку. За правильные ответы про интернет, дети получают призы от «Ростелекома».

Для старшего поколения у нас тоже разработаны программы, сейчас, к примеру, проходит проект под названием «Азбука интернета». Это обучение людей старшего возраста компьютерной грамотности. Мы разработали обучающий портал, куда могут заходить внуки и помогать взрослым изучать интернет.

Планы на дальнейшее развитие КСО связаны с нашими технологиями: у нас есть облачные технологии, это предоставление интерактивных услуг, обучение для детей, которые не могут выйти из дома, видеоконференцсвязь. Я считаю, что за такими коммуникациями будущее, и мы будем развивать это направление и адаптировать нашу социальную деятельность под нужды населения.

Если раньше компания больше помогала деньгами, услугами, то в последние два года начало вовлекаться в процесс очень много сотрудников, которые очень трепетно относятся к таким мероприятиям. Не так давно прошел детский бал для 250 детей из детских домов, а 25 наших волонтеров на протяжении двух недель учились танцам и потом танцевали с детьми. И в организацию самого «Душевного базара» привлекается много наших волонтеров.

Александра Бабкина, руководитель проекта **Добро Mail.Ru,** подробно рассказала о том, почему важно делиться добром:

– Для проекта Добро Mail.Ru очень важно участвовать в «Душевном Базаре», вот почему: мы знаем из нашего крупного исследования, что каждый четвертый будет помогать, если узнает о том, что это делают его знакомые, друзья, известные люди. Это то, чем мы занимаемся на ярмарке. Мы здесь под слоганом «Говорите о добре» снимаем видеоролики с теми людьми, которые сюда пришли. Это волонтеры благотворительных фондов и просто люди, пришедшие за подарками и в гости, это студенты, взрослые люди и даже семьи. Всем им мы задаем вопрос о том, какое хорошее дело они сделали за последний год, они рассказывают, чем готовы поделиться. Мы даже снимаем с ними рубрику «Обращение к народу», они часто начинают свою речь со слов «Доро-

гие россияне!». Да, действительно, представляют себя практически в роли президента и обращаются к зрителям с призывом делать добрые дела. Это, на мой взгляд, очень важно, потому что именно так формируется сообщество людей, которое знает, что кто-то может делать добрые дела, и люди постепенно включаются сами. Человек, который снимался, получит ссылку на ролик, и его увидит вся аудитория Добро Mail.Ru, аудитория проектов Mail Group и, по сути, весь Рунет. Люди увидят обычных, но прекрасных людей, которые делают что-то хорошее.

В «Душевном базаре» мы участвуем второй год. В прошлом году делали небольшую обучающую лекцию о том, как правильно помогать людям вещами и показывали проект «Добро». В этом году хотим, чтобы люди уже сами делились своими впечатлениями, поэтому снимаем эти ролики.

В любые кризисные моменты люди более охотно объединяются, для того чтобы помочь друг другу или кому-то. Это позволит нашим фондам не остаться без пожертвований. И, в данном случае, мы рассказываем о том, как много способов помочь существует, о том, что не нужно быть ни богатым, ни суперуспешным, для того, чтобы это делать, доносим мысль о том, что помогать – это нормально.

Mail.Ru всегда старалась помочь обществу, как и другие крупные компании. Сами сотрудники активно пытаются поддержать нуждающихся в этом, есть День донора, который проходит каждые полгода, это уже давняя традиция. «Добро» помогает объединить вокруг этой темы и сотрудников, и пользователей. В принципе, компания делает то, что умеет делать лучше всего – производит интернет-продукты и сервисы. Она сделала этот сервис для того, чтобы благотворительность в России развивалась, поэтому он работает так хорошо.

Обладая большой аудиторией, мы можем позволить себе отдельный сервис для «Добра», передать ему какие-то наши ценности. Перед запуском проекта мы начали общаться с лучшими благотворительными фондами России, и их опытная экспертиза помогла создать сервис, применяя правильный подход, отобрать самые надежные честные организации. Нашей задачей было помочь не только деньгами, но и делом. Важно, что сервис строился в диалоге с экспертными некоммерческими организациями, он не был самодеятельностью и лично нашим видением того, каким он должен быть. Поэтому сегодня уже у многих фондов можно найти «облачко» Mail.Ru. Среди наших партнеров сейчас – 73 фонда из 14 российских регионов. Многие пишут: «А что, в Ростове-на-Дону нет фонда? Я вот из Ростова, хочу помогать у себя», поэтому нам так важно находить хороших партнеров именно в регионах.

В «Душевном Базаре» принимало участие много благотворительных фондов, крупных и совсем небольших, но все они отмечали, что их поддерживают компании. Помощь НКО становится важным и неотъемлемым направлением деятельности компании. Важно, что Добро расширяет свои границы, в социальную ответственность по собственной инициативе включаются сотрудники компаний из разных регионов, подают новые идеи, делают корпоративную благотворительность все более интересным и разнообразным направлением.

Бизнес & общество
БИЗНЕС И ОБЩЕСТВО
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

Центр развития филантропии «Сопричастность»

Приглашаем Вас принять участие в двух мероприятиях Центра развития филантропии «Сопричастность» и журнала «Бизнес и общество», которые проходят при содействии Фонда поддержки публичной дипломатии имени А. М. Горчакова.

19 марта состоится круглый стол «Современные тенденции продвижения КСО: российский и зарубежный опыт» с презентацией Школы журналистики по КСО и социальному партнерству и первым открытым мастер-классом.

В современных экономических условиях корпоративная социальная ответственность и социальное партнерство могут стать одной из основ стабильности, гармонизации общественных интересов, смягчения противоречий и агрессивности, альтернативой негативной информации, которая заполнила российские масс-медиа.

21 апреля приглашаем на конференцию «Корпоративная социальная ответственность: на передовой мировых стандартов и практик».

Речь пойдет о международном и российском опыте КСО, социального партнерства и устойчивого развития.

К участию приглашаются представители бизнеса, органов власти, некоммерческих и общественных организаций, СМИ, эксперты.

До 2 марта по круглому столу и до 8 апреля по конференции действуют скидки и особые условия. Более подробную информацию можно получить на сайте **www.b-soc.ru,** а также отправив запрос на адреса **editor@b-soc.ru** и **info@b-soc.ru.** Телефон: **8 (499) 972 1806.**

Выставка «Казаки в Париже»

К 200-летию вступления русских войск в Париж

При поддержке компании Северсталь

Проект «Казаки в Париже» открывает серию выставок копий произведений живописи и графики, хранящейся в фондах Государственного исторического музея.

Акварели художника Г.Э. Опица, объединенные темой «казаки в Париже в 1814 году», поступили в Государственный исторический музей в 1924 г. в составе коллекции П.Я.Дашкова (1849–1910), известного петербургского собирателя.

Очевидно, серия из 25 листов, выполненных в едином художественном ключе, поступила к нему из одного источника и хранилась как единое целое.

Об авторе известно немного, но дошедшие до нас произведения дают достаточно полное представление об уровне его мастерства.

Георг-Эммануэль Опиц (1775–1841), миниатюрист, акварелист, гравер и литограф, родился в Праге и как вольный художник с 1801 г. работал в Вене в качестве портретиста. В 1814 г. он оказался в Париже, затем работал в Гейдельберге, Альденбурге; с 1820 г. постоянно жил в Лейпциге. Излюбленные сюжеты – сцены народной жизни, ярмарок, гуляний; специализировался на выпуске афиш, а также гравировании батальных сцен – например, битвы при Лейпциге, событий революции 1830 г.

Парижская серия акварелей Г. Опица с изображением казаков известна более чем в 40 листах: две работы – в музее Карнавале, одна – в Национальной библиотеке в Париже, 10 листов попали в Государственный Эрмитаж в составе коллекции Г. Толстого, несколько акварелей недавно приобретены собирателем С.Подстаницким.

Акварели Опица дают представление о любопытнейшей странице эпопеи войны 1812-1814 гг. – во-первых, воссоздают образную картину ее победного окончания, ознаменовавшегося вводом союзных войск в Париж, а во-вторых, передают совершенно необычную атмосферу, воцарившуюся в городе. Живость наблюдений, натурные зарисовки с невероятно добросовестным вниманием к мелочам, некоторый налет ироничности, смягченный доброй улыбкой, – все это придает акварелям ни с чем несравнимое очарование.

Отдельное место в акварельных рисунках занимает «бивачная» тема. Видимо, яркость и необычность зрелища военного лагеря в городе была весьма соблазнительна для художника, поставившего целью запечатлеть необычайные события пребывания армии-победительницы в покоренной столице противника.

Создается впечатление, что над своими акварелями Опиц работал по заказам, предназначая их для продажи. Зарисовки с натуры при окончательном воплощении в листовые, большого формата произведения претерпевали определенные изменения. Некоторые персонажи кажутся похожими друг на друга, «переходящими» из одного сюжета в другой. Но порой художник точен до скрупулезности. Следует отметить, что взгляд Опица удивительным образом совпадает с тем, как воспринимали свое пребывание в Париже русские офицеры. Воспоминания, мемуары, литературные эссе эпохи 1812–1814 гг. наполнены радостью по поводу окончания войны, благодарностью за дружественное участие горожан, удивлением перед легкостью общения с ними. Не случайно все акварели снабжены выдержками из воспоминаний русских офицеров, побывавших в Париже в 1814 г.

RUE
T.FIACRE
ACTES ET LOIX
DES
AUTORITÉS PUBLIQUES
BOULEV
MONT-M
IL EST DEFENDU SOUS LA PE
DE PUNITION DE DEPOSER ICI AUC
ORDUR