

С ДНЕМ ФИЛАНТРОПА, ТОВАРИЩИ!



В послании Федеральному Собранию РФ Владимир Путин, говоря о наших ценностных ориентирах, привел цитату российского профессора Петражицкого, который «еще в 1910 г. отмечал, что обязанность помогать нуждающимся, аккуратно платить рабочим установленную плату — это в первую очередь этические нормы». Президент призвал российский бизнес следовать принятым в цивилизованном обществе нравственным стандартам, видя в этом путь восстановления доверия и уважения. В. Путин также признал необходимость создания условий для активного привлечения инвестиций из других — помимо государственных источников — в здравоохранение, образование, науку и культуру.

В мае Совет Федерации рассмотрит предложения по реализации послания. Руководитель кремлевской администрации Дмитрий Медведев заверил, что все сказанное в нем не пустая декларация, и власть в ближайшее время докажет это. Важные направления должны быть облечены в конкретные законопроекты и сейчас министерства, агентства и службы готовят свои предложения по исполнению пожеланий президента. Но какое ведомство обеспечит повышение нравственности, искоренение коррупции, создание условий для роста социальных инвестиций в страну? Ведь социальные угрозы — уже реальность. Это — не только результат непродуманных реформ и экономических ошибок, приведших к бегству капитала, но и, ставшие массовыми, бедность, преступность и коррупция. Осознавая это и заботясь о собственной безопасности, бизнес вкладывает финансовые средства, технологии и экспертные услуги в социальные инвестиции.

Промышленные российские компании в 2001–2002 гг. тратили на финансирование социальной сферы около 17% дохода (по данным Центра экономических и финансовых исследований и разработок), в то время как в среднем американские компании направляют на эти цели до 3%. Таким образом, статистика корпоративных пожертвований уже не первый год подтверждает факт — российский бизнес вкладывает в социальные проекты гораздо больше западных. Например, крупная американская компания, работающая в России, направляет в нашу филантропию \$100–150 тысяч, в то время как аналогичная российская — около \$30–70 млн. Это на фоне отсутствия каких бы то ни было налоговых или неэкономических преференций на благотворительность для отечественного бизнеса.

С этого года 28 февраля по инициативе Фонда международного партнерства ООН признан Днем корпо-

ративной филантропии. Этот шаг сделан в целях поощрения огромной филантропической работы корпораций в местных сообществах по всему миру. По словам исполнительного директора Фонда Амира Доссала «День корпоративной филантропии дает возможность: вовлекать «капитанов» промышленности в дела социальной значимости» и поощряет творческое партнерство между корпорациями и обществом. День будет ознаменован ежегодным совещанием членов Комитета поощрения развития корпоративной филантропии — форума руководителей компаний с повесткой дня, сосредоточенной исключительно на вопросах КСО, — и торжественным завтраком с вручением наград за особые достижения.

Исполнительный директор Комитета Чарльз Мур заявил: «Мы рады способствовать повышению осведомленности о гуманитарных нуждах и поощрять лидеров деловых кругов к размышлениям о социальных вопросах. Через Фонд мы совместно с системой ООН ищем творческие способы наведения мостов между государственным, частным и некоммерческим секторами». Кстати инициаторами проведения Дня корпоративной филантропии стали губернатор штата Нью-Йорк, мэр Нью-Йорка, а также министр торговли США.

А каким будет шаг нашей власти от декларативных заявлений к реальному поощрению корпораций в их стремлении совершенствовать служение обществу? Есть ли у российских государственных мужей программа по повышению уровня и качества стратегических корпоративных пожертвований на региональном и национальном уровнях, которая определит, обучит, признает и предложит к распространению лучшие технологии корпоративной социальной ответственности и социального партнерства?

Нравственные стандарты, о которых упоминал президент, относятся не к одному цивилизованному бизнесу, но и к власти, если она стремится восстановить доверие и уважение к себе, и не только в статье 7 Конституции РФ провозглашает Россию социальным государством, «политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека».

Адрес редакции:

127055, Москва,
 ул Новослободская, д.62-19, оф. 294
 Тел./факс: 972-18-06,
 Тел.: 973-15-28

E-mail: club@comtv.ru
 Сайт: www.bio.org.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:**

Алексея Костина, Антона Кривошеева,
 Елену Иванову, Елену Карих, Викторию
 Базученко, Юлию Клеймёнову,
 Дмитрия Мурзина, Владимира Лакта-
 нова, Дарью Сорокину, Наталью Кис-
 лову. А также Государственную Треть-
 яковскую галерею за предоставлен-
 ные фотоматериалы

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

Тираж: 3000 экземпляров
 (дополнительно по заявкам)

Часть тиража распространяется
 бесплатно

При перепечатке и использовании
 материалов просим ссылаться
 на источник

ОТ РЕДАКЦИИ 1

ТЕМА НОМЕРА 6

Молодежная политика в России:
 партнерство власти, бизнеса,
 гражданского общества и СМИ

КОРОТКОЙ СТРОКОЙ 25

МНЕНИЕ 34

Стивен Шмида. В России собственное
 понимание ответственности

Людмила Мосина. Манипулирование или влияние:
 что предпочесть? Манипулятор и актуализатор:
 две разные стратегии жизни

МИРОВОЙ ОПЫТ 39

Джефф Сэн. Новый взгляд на Корпоративную
 Ответственность. Бизнес План на 21 век

ИССЛЕДОВАНИЯ 42

Донорские организации: что мы о них знаем?

ТЕХНОЛОГИИ ПАРТНЕРСТВА 48

Елена Карих. Молоко — детям. Открытый проект

ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ 50

Весь мир — Беслану!

СЕМИНАРЫ, КОНФЕРЕНЦИИ, КНИГИ 51

Эффективен ли ваш социальный проект?

При Федеральном агентстве по образованию планируется
 создать совет из представителей бизнеса и
 гражданского общества
**Британский подход к КСО. Тандем бизнеса и
 общества в условиях глобализации**

ОБЪЯВЛЕНИЯ 57

SUMMARY 60

На первой стр. обложки: Аристарх Лентулов. Звон. Колокольня Ивана Великого. 1915 г.

На второй стр. обложки: Генрих Семирадский. Фрина на празднике Посейдона в Элевзине. 1889 г.

На третьей стр. обложки: Иоанн Предтеча. XVI век

На четвертой стр. обложки: Валентин Серов. Портрет З. Н. Юсуповой. 1902 г.

БИЗНЕС И МОЛОДЕЖЬ

Тема этого номера – взаимодействие бизнеса, власти и НКО в области молодежных проектов.

Почему так важна эта тема? Молодежь – это будущее нашего общества. Власть провозгласила создание социального государства. Опыт многих европейских государств, являющихся по Конституции социальными, показывает, что они строят свою социально-

экономическую политику, опираясь на такие важнейшие принципы, как права и гарантии, ориентированные на укрепление семьи, духовное, культурное, нравственное развитие граждан и, прежде всего, молодежи; на бережное отношение к наследию предков и преемственность поколений, сохранение самобытности национальных и исторических традиций.

Вернисаж



Илья Машков. Автопортрет. 1911 г.

Государственная политика должна быть направлена на создание стартовых условий для учебы, получения работы и жилья, предоставление государством гарантий по обеспечению занятости молодых граждан, воспитание молодежи в лучших традициях русского общества и на основе общечеловеческих ценностей, приобщение молодежи к подлинной культуре, развитие их гражданской и трудовой активности, создание условий для широкого вовлечения молодежи в занятия физической культурой, спортом и туризмом. Государственная молодежная политика должна быть направлена на социализацию молодежи, ее социальное становление посредством включения в процесс реализации социальной политики. Необходимо обеспечить участие молодежи в государственном управлении.

По традиции, мы провели экспертный опрос, в котором приняли участие представители бизнеса и некоммерческих организаций. В сокращенном виде (хотя достаточно обширно) мы представляем его вашему вниманию.

Опрос выявил зачастую отсутствие какой-либо информации о государственной деятельности в области молодежной политики у гражданского общества и бизнеса, и наоборот – у власти о деятельности НКО и бизнеса в области программ и проектов работы с молодежью. Представители гражданского общества и бизнеса отметили, что их финансовая поддержка государственных и совместных программ по работе с молодежью возможна

только при абсолютной прозрачности и подконтрольности с их стороны средств, которые они, возможно, дополнительно будут выделять на проекты по работе с молодежью. В этой связи существует очень серьезное «бремя взаимного недоверия», уходящее в отрицательный опыт воровства и коррупции через различные государственные и негосударственные фонды и организации. Как только предприниматель сегодня слышит предложение направить благотворительные средства в какой-либо незнакомый ему фонд, он сегодня даже не разбирается на какие цели просят деньги, а просто не рассматривает это по опре-

делению, т.к. предпочитает направлять свою благотворительную помощь напрямую. Лишь несколько западных безупречных по репутации фондов, работающих в России, например САФ, пользуются доверием предпринимателей. Выстраивать отношения в треугольнике власть-НКО-бизнес надо сейчас практически с нуля, когда уровень взаимного доверия очень низок».

Государство нуждается во внебюджетных средствах на поддержку молодежных программ при нынешнем финансировании в среднем на одного молодого человека приходится около 3–4 руб. в год.

Нельзя сказать, что коммер-

ческие организации не занимаются этим направлением, но, как правило, они реализуют собственные программы — содействуют трудоустройству выпускников средних и высших учебных заведений, осуществляют корпоративные молодежные программы, выплачивают стипендии, помогают одаренным подросткам... Некоммерческие организации также имеют успешный опыт реализации молодежных проектов. Важная задача нынешнего этапа — налаживания партнерства между НКО, бизнесом и властью.

Материал подготовлен редакцией журнала

Вернисаж



Пьмен Орлов. Октябровский праздник в Риме. 1851 г.

Молодежная политика в России: партнерство власти, бизнеса, гражданского общества и СМИ

Экспертный опрос

Наши эксперты:



Александр Василенко,
начальник
Департамента
общественных связей
ОАО «ЛУКОЙЛ»



Елена Чернышкова,
исполнительный
директор Фонда
Дмитрия Зимина
«Династия»



Анна Андреевкова,
заместитель дирек-
тора Института
сравнительных соци-
альных исследований
(ЦЕССИ)



Ольга Барковец,
советник президента
компании «Группа
Спутник» по культу-
ре и благотворитель-
ности, генеральный
директор Фонда со-
действия кадетским
корпусам им. Алексея
Иордана



Светлана Белова,
заместитель дирек-
тора экоцентра
«Заповедники»

Какие социальные проекты, направленные на молодежную аудиторию, вы реализуете?

Александр Василенко:

Вот примерный перечень: организация «Дней открытых дверей» в профильных вузах, а также в центральном офисе ОАО «ЛУКОЙЛ»; предоставление именных стипендий студентам 11 технических вузов России, Азербайджанской государственной нефтяной академии, а также слушателям и курсантам Военной Академии тыла и транспорта им. генерала армии А.В. Хрулева; заключение договоров со студентами государственных вузов о прохождении практики на предприятиях компании и последующем трудоустройстве; приобретение научного и учебного оборудования для профильных вузов; повышение профессиональной подготовки молодых специалистов на базе собственных учебных центров, а также РГУ нефти и газа им. И.М. Губкина; обучение молодых специалистов по программам МВА и второго высшего образования; организация ежегодных научно-технических конференций с участием молодых ученых и специалистов компании; создание кадрового резерва для замещения руководящих должностей.

Анна Андреевкова:

Наша организация занимается изучением различных социальных проблем и социальных групп. В последние годы наш Институт много работает с проблемой подросткового курения. Мы изучаем распространен-

ность курения в подростковой группе, факторы, стимулирующие курение или, наоборот, способствующие снижению уровня курения среди подростков и т.п. Результаты этих исследований опубликованы на сайте Общественного Совета по проблемам подросткового курения.

Кроме того, в 2004 г. наш Институт совместно с журналом «Эксперт» провел ряд исследований в области реформы образования. Они были посвящены проблемам среднего образования, в частности требованиям родителей к системе школьного образования, основным недостаткам современной школы, и аспектам высшего образования, в первую очередь — отношению современных работодателей к вузам, их выпускникам и всей системе высшего образования в России. Также наша организация уже много лет занимается оценкой эффективности западных образовательных программ (таких как Flex, Muskie, IVP и др.) для России и других стран бывшего СССР.

Ольга Барковец:

Приоритет благотворительной деятельности компании «Группа Спутник» и Фонда содействия кадетским корпусам — поддержка молодого поколения России и, в первую очередь, оказание всесторонней помощи кадетским корпусам России и содействие духовно-нравственному и военно-патриотическому воспитанию молодежи.

Идея создания Фонда принадлежала выпускнику русского кадетского корпуса в Югославии

Алексею Борисовичу Йордану. Его поддержал сын, Борис Алексеевич Йордан, который с 1995 года стал оказывать финансовую помощь возрождающимся в России кадетским корпусам.

Когда в конце 1999 г. Фонд начал работу в этой области, кадетских корпусов было не более 20 по всей стране. Теперь их больше 70. Важно, что кадетские корпуса сейчас выполняют не только воспитательную и образовательную функцию, но также решают социальные задачи. Ведь там учатся и дети из неполных семей, чьи отцы погибли, выполняя служебный долг.

Первоочередная помощь Фонда направлена на поддержку кадетских корпусов системы Минобразования РФ, которые финансируются из областных и городских бюджетов. Важно было помочь им встать на ноги, материально поддержать лучшие кадры офицеров-воспитателей, работа которых оплачивается чрезвычайно низко. С осени 2001 г. президент Фонда учредил ежегодную денежную премию за успехи в воспитательной работе. За 2001–2004 годы премию президента Фонда получили 90 офицеров-воспитателей из более чем 40 кадетских корпусов.

Также мы давно дружим с Благотворительным Международным Фондом В.Т. Спивакова. Фонд выступил инициатором проведения Международного детского фестиваля «Москва встречает друзей», который мы поддержали. В мае 2004 г. он собрал вместе более 800 одаренных детей из стран СНГ и Балтии. Впервые на нем очень успешно выступили воспитанники Московского музыкального кадетского корпуса. Кроме того, для детского музыкального ансамбля «Наурские казачата» из Чечни мы организовали отдых в Ялте, а зимой этого года пригласили в Моск-

ву для участия в рождественском фестивале «Православная Россия».

Светлана Белова:

Наш проект «Друзья заповедных островов» направлен на вовлечение детей и молодежи в деятельность по охране природы на заповедных природных территориях. «Друзья заповедных островов» — это инициативные группы, в которые входят дети и молодежь, помогающие охране нетронутых островков живой природы. Экоцентр организует слеты «Друзей заповедных островов», оказывает методическую, информационную и другую поддержку, привлекает средства для реализации программ участников движения, обеспечивает атрибутикой движения его участников.

В рамках другого проекта — «Международный Волонтерский Центр» — мы организуем молодежные лагеря в национальных парках России и зарубежья.

Александр Большаков:

Зам. председателя исполкома «Союза Граждан России» В.И. Аршинов возглавляет Фонд «Национальный кадровый резерв», миссией которого является формирование средствами наиболее совершенных образовательных технологий управленческой элиты России, обладающей высокой профессиональной культурой и способной ответственно решать проблемы развития страны в соответствии с ее культурно-историческими ценностями и национальными традициями. Силами Фонда и Ассоциации «Лермонтовское наследие», которой руководит Председатель исполкома Союза М.Ю. Лермонтов, в усадьбе в Средниково, тесно связанной с именами М. Лермонтова и П. Столыпина, проводятся экскурсии и занятия для молодежи.

А в Тольятти действует молодежный «Центр управленческих



Александр Большаков, заместитель председателя исполнительного комитета межрегионального общественного движения «Союз Граждан России»



Людмила Братусь, начальник отдела по связям с общественностью ОСАО «Ингосстрах»



Владислав Разманов, начальник Управления по связям с общественностью ОАО «Востокгазпром»



Ольга Федосеева, зам. директора Департамента по взаимодействию с органами государственной власти, местного самоуправления и естественными монополиями ОАО «СУАЛ-Холдинг»



Олег Алексеев, заместитель генерального директора ЗАО «РЕНОВА»



Наталья Малашенко,
менеджер по корпоративным программам социального партнерства «БАТ Россия»



Сергей Тетерский,
президент общероссийской общественной организации «Детские и молодежные социальные инициативы» (ДИМСИ)



Светлана Чапарина,
директор АНО «Тренинг-центр «Деловая Волга» г. Тольятти



Вера Шейнина,
координатор по связям с общественностью «Шеврон Тексако»



Евгений Кузнецов,
директор по исследованиям и специальным проектам Imageman Edelman Public Relations

технологий», работу которого возглавляет руководитель Самарской региональной областной организации «Союз Граждан России» З.Р. Маслова.

Людмила Братусь:

Традиционно «Ингосстрах» помогает Финансовой академии при Правительстве РФ и Российской экономической академии им. Г. В. Плеханова. Мы проводим конкурс дипломных и курсовых работ по страховой тематике и по его результатам присуждаем гранты компании студентам экономических вузов России.

С 2000 г. «Ингосстрах» оказывает помощь санаторной школе-интернату №25 для детей с заболеваниями опорно-двигательного аппарата. С 2002 года компания помогает средним школам Краснодарского края. «Ингосстрах» безвозмездно передает б/у компьютеры в школы Усть-Лабинского района. А также оказывает финансовую поддержку Ассоциации по борьбе с наркоманией.

Владислав Разманов:

Один из приоритетных благотворительных проектов компании «Востокгазпром» реализует совместно с программой «Помощь детям-сиротам России» (АРО) при поддержке Агентства США по международному развитию. Миссия программы — остановить беспрецедентный рост сиротства в России, обеспечивая всем детям право на жизнь в любящей семье, право на образование и всестороннее развитие, право на полноценное участие в жизни общества. Совместно со специалистами АРО компанией были подписаны соглашения о сотрудничестве в социальной сфере с Каргасокским и Парабельским районами Томской области. Объем средств, которые планируется выделить на реализацию совместного проекта в 2005 г., составляет около 10 млн. рублей. Основны-

ми формами предоставления благотворительных средств станут грантовые конкурсы и конкурсы социального заказа. Участники АРО уже отработали эти формы в нескольких российских регионах.

«Востокгазпром» и АРО будут заниматься благотворительностью на паритетных началах. Например, компания поможет оборудовать спортивную площадку в одном из поселков. А специалисты АРО решат вопрос обучения его тренеров современным методам организации детского досуга.

Ольга Федосеева:

Ежегодно на предприятиях группы СУАЛ формируется бюджет социального развития, из которого финансируется и программа «Молодежь». Она включает в себя собственные программы предприятий, состоящие из конференций молодых специалистов, мероприятий по профориентации, программы адаптации молодых работников, обучения молодых специалистов по программе «Молодой руководитель». Также в рамках проекта «Молодежь» проводятся всеми любимые и традиционные вечера отдыха молодежи, КВН, конкурсы «А ну-ка, девушки» и т.д.

Наталья Малашенко:

«БАТ Россия» самостоятельно реализует ряд программ по предотвращению курения среди несовершеннолетних, а также объединяет свои средства и опыт с ресурсами других табачных компаний, государственных органов, организаций здравоохранения и общественных организаций с целью совместного решения проблемы подросткового курения. Компания считает, что решить задачу предотвращения подросткового курения можно только совместными усилиями педагогов, врачей и других специалистов, представителей власти и бизнеса, производителей табачной

продукции и работников розничной торговли. Созданный в мае 2000 года в Москве Общественный совет по проблеме подросткового курения объединяет все заинтересованные стороны и координирует их взаимодействие в рамках работы над решением проблемы. «БАТ Россия» является активным членом Общественного совета со времени его основания. Компания принимает участие в программе по предотвращению продажи табачных изделий несовершеннолетним, в образовательной программе «Мой выбор», обучающей программу для родителей и других инициативах.

Вадим Иванченко, инженер II категории отдела кадров, председатель совета молодежного объединения ОАО «Сургутнефтегаз»:

Мы предлагаем молодежи дополнительное обучение по направлению деятельности компании в образовательных учреждениях России. Также компания занимается формированием кадрового резерва из молодых работников, проводит молодежные научно-технические конференции, вырабатывает положения о работе с молодыми специалистами, помогает им в решении жилищной и других проблем.

Сергей Тетерский:

Наша организация разрабатывает и реализует две молодежные экологические программы: первая связана с поддержкой инициатив в области экологии человека, вторая — с экологией среды. Социально-экономическое направление работы ДИМСИ отражено в программах поддержки образовательных, трудовых и профессиональных инициатив детей и молодежи, а также предпринимательской деятельности молодых людей.

У нас есть социально-политические проекты, приучающие молодежь к активному участию в

жизни страны (программа «Школа гражданского общества»), к социальному партнерству с государством (программа «Волонтер и общество. Волонтер и власть»), с образовательными учреждениями (программа «Прояви инициативу — сотвори добро»), со СМИ (программа «Третий сектор и СМИ»), с различными конфессиями и партиями, с добровольческим и другими общественными движениями. Благотворительное направление нашей деятельности — это программы поддержки добровольцами различных групп населения: детей-сирот, детей из неполных семей, детей-инвалидов и др. и учреждений социальной сферы, в том числе приемников-распределителей, тюрем, приютов для несовершеннолетних.

Мы развиваем и культурно-информационное направление: проект «Возвращение к истокам», пропагандирующий сотрудничество поколений, программы культурно-эстетического развития молодежи «Артиада ДИМСИ» и «Юное поколение выбирает книгу», а также проекты по созданию единого культурно-образовательного («Музей ДИМСИ») и информационного пространства («ДИМСИ-сеть»).

Светлана Чапарина:

Мы реализуем первый в России проект «Молодежный Банк». Информацию о нем можно посмотреть на сайте <http://acm.org.ru/base/project/setiamk/Bank>.

Вера Шейнина:

Основной фокус всех социальных программ компании — детские и ряд молодежных проектов. Нашей компанией учреждены именные стипендии «ШевронТексако» для студентов и аспирантов 5-ти факультетов МГУ им. М.В. Ломоносова: биологического, геологического, химического, географического, почвоведческого. Создан информа-



Надежда Серякова, основатель и президент общественного фонда «Новые Перспективы»



Оксана Рустамова, начальник отдела по связям с общественностью ООО «ИК ВЕЛЕС Капитал»



Анна Балабанова, вице-президент по международной и издательской деятельности Российской академии предпринимательства



Сергей Алексеев, исполнительный секретарь Ассоциации спортивных менеджеров



Елена Белова, менеджер по связям с общественностью благотворительного фонда «Благо» г. Череповец (до 2004 г. - менеджер по работе с молодыми специалистами Дирекции по кадрам ОАО «Северсталь»)



*Елена Захарова,
исполнительный
директор фонда
«Созидание»*



*Галина Бодренкова,
президент россий-
ского Центра разви-
тия добровольчества
(ЦДМДМ), предста-
витель международ-
ной Ассоциации доб-
ровольческих усилий
в России*

ционный сервер научной периодики на геологическом факультете МГУ, а также сайт университета, который можно прочитать на многих языках мира, обновлен русскоязычный сайт вуза. Помимо этого, компания реализует совместные проекты с Российским государственным университетом нефти и газа им. И.М. Губкина и Российским национальным оркестром.

Евгений Кузнецов:

У агентства Imageland Edelman Public Relations очень большой опыт работы с молодежью. Однако сейчас мы ощущаем огромную нехватку проектов, направленных на молодежную аудиторию, причем не как на потребительскую, а как на нуждающуюся в определенном культурно-воспитательном развитии. Мы много работали по спортивной тематике (юношеские игры СНГ и Балтии, Всемирные юношеские игры), занимались программами по борьбе с наркоманией. Конечно, было много молодежных акций в рамках конкретных PR-кампаний, но и в сфере социальных проектов у нас тоже очень большой опыт. Мы работали с дет-

скими и подростковыми организациями Москвы, проводили для них социальные программы, привлекали различных спонсоров и т.д.

Наше агентство считает, что молодежная политика должна быть приоритетом государственного развития, стать единым четко организованным комплексом стратегических и тактических принципов, целей, задач и мер, в который будут вплетены многие компоненты: здравоохранение, образование, трудоустройство, социальное развитие и т.д. В каком-то смысле мы чувствуем себя немножко в одиночестве как эксперты, потому что очень мало кто на государственном уровне ставит проблему необходимости создания комплекса молодежной политики.

Надежда Серякова:

Среди наших программ — проект «Добровольная помощь населению», направленная на привлечение молодых волонтеров к решению местных проблем. Другой проект — под названием «Make a connection» — действует в пяти регионах России, где созданы добровольческие центры, которые поддерживают инициативы молодежных организаций в области создания и реализации проектов, помогающих нуждающимся людям. Проект «Компьютерный всеобуч» служит приобщению детей и молодежи к компьютерной грамотности и IT-технологиям, программы «Включись» и «На пути к Новой России» направлены на гражданское образование молодежи, проект «Права ребенка» помогает переподготовке учителей, обучению родителей и просвещению детей.

Оксана Рустамова:

«ИК ВЕЛЕС Капитал» реализует стипендиальную программу для студентов экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова, предусматривающую стажировку с возможностью по-

следующего трудоустройства в нашей компании либо рекомендацию для трудоустройства к нашим партнерам или клиентам.

Анна Балабанова:

В нашей Академии можно получить высшее и дополнительное профессиональное образование. Студентам из социально неблагополучных семей и инвалидов мы предоставляем возможность бесплатного либо льготного обучения. Также для молодежи Академия проводит спортивные мероприятия с вручением ценных призов.

Сергей Алексеев:

Ассоциация спортивных менеджеров (АСМ) в этом году приступает к реализации проекта «Сеть молодежных локальных спортивно-досуговых центров». Проект предполагает вовлечение в него подростков на всех этапах реализации проекта — от его написания до запуска и эксплуатации центров. Рабочие места будут предоставляться молодежи и студентам с учетом всех возможных вакансий — до 25 мест на каждый центр.

Елена Захарова:

Основная задача Фонда — создание социальных условий для привлечения молодежи к общественно полезной деятельности, повышения их гражданской ответственности. Мы рассматриваем молодежь не как объект опеки, а как субъект, который должен быть активно включен в процесс социально-экономического, общественного, культурного развития государства и гражданского общества в России.

Наши программы осуществляются в партнерстве с властью и бизнесом. Мы разрабатываем нестандартные подходы для решения социальных проблем, сочетая принципы традиционной благотворительности и использование ресурсов социальной активности молодежи. На наш взгляд, коренное отличие от тра-

диционного меценатства и большая эффективность предлагаемого подхода состоит в достижении результатов сразу в нескольких направлениях: оказание помощи нуждающимся; воспитание ответственной молодежи; общественный контроль за расходованием средств; развитие местного сообщества; создание эффективных механизмов и методов социального партнерства.

Участие в социально значимой неоплачиваемой деятельности прививает молодежи стремление к ответственности не только за собственное благополучие, но и за благополучие общества, приводит к пониманию возможности и собственной способности изменить что-то в жизни людей, развивает в подрастающем поколении милосердие, доброту, чувство сострадания, стремление помогать ближним.

Галина Бодренкова:

Мы реализуем проект по содействию учебным учреждениям, компаниям, молодежным и помогающим молодежи организациям в создании благоприятных условий для участия молодежи в добровольческой деятельности. Проект включает в себя развитие молодежных добровольческих программ в школах, вузах, организациях по месту жительства, молодежных объединениях и т.п.; разработку системы стимулов, обеспечивающих признание важности добровольчества среди молодежи и привлечение молодых людей к участию в работе на добровольных началах; работу со СМИ для позитивного освещения молодежного добровольчества, что позволит сформировать положительный имидж молодежи как важнейшего ресурса общества; обучение преподавателей школ и вузов, а также лидеров НКО организации добровольческих программ и управлению ими. Другой проект — «Обуче-

ние делом» — направлен на расширение теоретических знаний и практических навыков у студентов и школьников. Благодаря этой программе, учащиеся могут повысить свою самооценку и прийти к пониманию того, что они могут изменить к лучшему и жизнь вокруг себя, и собственную жизнь. Следующий проект направлен на создание молодежных добровольческих служб.

В рамках программы «Добровольцы для Достижения Целей Развития Тысячелетия» мы реализуем проект для молодежи. Кроме того, Центр координирует общероссийские добровольческие акции «Всемирный День Молодежного служения», «Весенняя Неделя Добра», «Международный День Добровольцев», в которых ежегодно участвует более 200 тысяч молодых добровольцев, осуществляя тысячи социально значимых проектов.

Мы помогаем развитию молодежного онлайн-сообщества, участвуя в канадско-российском партнерском проекте по созданию русской версии веб-сайта www.takingitglobal.ru вместе с канадской международной молодежной организацией TakingITglobal, Фондом «Созидание» и компанией «Майкрософт Россия».

Проекты Центра осуществляются путем проведения обучающих семинаров, тренингов, конференций, с помощью информационного сетевого взаимодействия, исследований, подготовки и распространения аналитических обзоров, проведения консультаций, разработки предложений по формированию государственной политики и совершенствованию законодательства.

Каковы критерии выбора вашей компанией этих программ?

Александр Василенко:

Основным критерием отбора программ, направленных на

профессиональную подготовку и повышение квалификации молодых специалистов, является их роль в развитии кадрового потенциала компании.

Когда речь идет о благотворительных программах, направленных на поддержку образовательных, спортивных и медицинских учреждений, основное внимание уделяется адресности и прозрачности распределения средств.

Елена Чернышкова:

Как правило, гранты и пожертвования выдаются на основе результатов открытого научного конкурса индивидуальных заявок студентов, аспирантов, молодых кандидатов и докторов наук и т.д. Отбор заявок и организацию конкурса осуществляет Ученый совет Фонда, а окончательное решение, учитывая рекомендации Ученого совета, принимает Попечительский совет Фонда.

Анна Андреевкова:

Критерием выбора является интерес к теме со стороны общественных организаций, государственных органов, СМИ и др. Этот интерес косвенно отражает степень внимания общества к проблеме, а также свидетельствует о недостатке в нем информации по данному вопросу. Критерием является также научный интерес темы и наличие специалистов по этой проблеме в нашем Институте.

Ольга Барковец:

Критерий один. Будущее страны — это наши дети. Что мы «посеем, то и пожнем».

Светлана Белова:

Добровольцы выполняют ту необходимую работу, на которую у сотрудников ОПТ часто не хватает ни сил, ни средств, ни времени. Привлечение детей и молодежи к работе по охране природы на ОПТ способствует формированию экологической культуры и оказывает практическую помощь в сохранении жи-

Вернисаж

*Василий Кандинский.
Импровизация 7. 1910 г.*

вой природы. Участие в общественно-полезной деятельности помогает молодым людям понять, что они являются творцами своей среды, способствует их духовному совершенствованию, развивает их гражданскую активность.

Александр Большаков:

В Середниково основной упор делается на воспитание в молодежи гражданской ответственности: мы стараемся привить молодым людям чувство красоты природы и культуры, а также уважение к истории своего Отечества и людям, которые проявили себя в служении России. Тольяттинский Центр помогает молодежи освоить профессию управленца, обучая ее лидерским навыкам.

Людмила Братусь:

Максимальная прозрачность и профессиональная подготовка предложений к участию.

Владислав Разманов:

Наша компания участвовала раньше во многих социальных и спонсорских проектах, но сегодня пришло понимание необходимости управления этой работой «по результатам». Мы помогаем не тем, кто беден, а тем, кто не может заработать. Но это не разовая помощь: она нацелена на достижение конкретных и

измеряемых результатов, оценить которые нам также помогают специалисты программы АРО.

Другой важный принцип, который сформулирован нами: любая благотворительная помощь ОАО «Востокгазпром» в рамках проекта должна оказываться напрямую, минуя любых посредников.

Ольга Федосеева:

Традиционно приоритеты социальной работы с молодежью определяются предприятиями самостоятельно.

Наталья Малашенко:

Деятельность «БАТ Россия» в области предотвращения подросткового курения направлена на достижение двух целей: не допустить продажи табачных изделий несовершеннолетним и убедить детей и подростков не курить.

Вадим Иванченко:

Планомерная работа с молодыми специалистами и формирование из них кадрового резерва позволяет сохранить кадровый потенциал отрасли на высоком уровне, что, в свою очередь, отражается на технико-экономических показателях ОАО «Сургутнефтегаз».

Сергей Тетерский:

Результативность: личностная, связанная с совершенствованием себя и общественная, связанная с совершенствованием окружающих (среды и людей).

Светлана Чапарина:

Для нас критерием выбора этой программы стало то, что в молодежи, проблемами которой государство пока заниматься не хочет, мы видим будущее не только страны, но и нашего города, и нашей организации.

Евгений Кузнецов:

Imageland Edelman Public Relations как PR-агентство занимаемся компоновкой программ под задачи тех или иных клиентов, с которыми мы рабо-

таем, — это, прежде всего, государственные органы и крупные корпорации. Поэтому наш выбор обоснован следующим. Мы работаем на рынке социальных проектов, т.е. с общественными организациями, которые предлагают те или иные социальные программы, связанные с молодежью. Один из самых весомых критериев — реалистичность социальной программы и ее выстроенность в логике необходимости российскому обществу.

Гигантское количество молодежных программ, в том числе социальных, имеют некое абстрактное построение и очень часто скопированы с западных. Большинство этих программ не только не реалистичны с точки зрения их осуществления, но и бессмысленны в плане PR — и они не находят поддержки. Например, огромное количество антинаркотических программ, таких как «Звезды против наркотиков», — это лживые программы, разбивающиеся о те же самые представления молодежи о жизни этих звезд. Не убедительно! Нужны совершенно другие социальные программы. На этом рынке практически никто не работает. Допустим, те же антинаркотические проекты, которые могли бы быть реально применимы, на данный момент общественными организациями не представлены. Их нет на рынке и это большая проблема для России.

Надежда Серякова:

Проекты должны нести заряд позитивного развития молодежи, помогать ей получать новые жизненные навыки и проявлять неповторимую индивидуальность каждого молодого человека.

Оксана Рустамова:

Мы сами их разрабатываем, основываясь на нашем представлении о социальной ответственности бизнеса.

Сергей Алексеев:

Ассоциация в основном реализует собственные проекты. Участие в «чужих» программах выражается, как правило, в оказании информационной, консультационной или иной поддержки.

Галина Бодренкова:

Деятельность по развитию молодежного добровольчества является инновационной в России и поэтому осуществляется не традиционными методами, характерными для существующей системы школьного воспитания, а базирующимися на современных методах управления и развития человеческих ресурсов, используемых и признанных во многих экономически развитых странах мира как эффективный способ улучшения образовательных, культурных и социальных условий жизни молодежи.

Ценность деятельности молодежных добровольческих программ состоит в том, что путем их создания в учебных заведениях, молодежь вовлечена в процесс участия в делах, которые важны для школы (школьное самоуправление), вуза, окружающего местного сообщества и общества в целом.

Есть ли в вашей компании специальные программы для молодых сотрудников?**Александр Василенко:**

В компании существует специальная система работы с молодыми специалистами, в том числе механизмы их адаптации и мероприятия по дальнейшему профессиональному росту. Молодым специалистом считается сотрудник, пришедший в компанию не позднее, чем через шесть месяцев после окончания профильного вуза. За каждым из них закрепляется опытный наставник и одновременно руководитель. Также для молодых ученых и специалистов прово-

дятся ежегодные научно-технические конференции и конкурсы на лучшую научно-техническую разработку. Эти методы позволяют вчерашнему выпускнику не только получить ценнейшие практические навыки, но и достаточно быстро - за пять-семь лет — сделать профессиональную карьеру.

Анна Андреевкова:

Специальных программ для молодых сотрудников у нас нет. В коллективе много молодежи, но основным методом повышения квалификации в области исследовательской и научной деятельности является работа со специалистами в этой области, передача опыта; большое значение имеет самостоятельная работа, саморазвитие и активная практическая работа.

Светлана Белова:

Проект «Международный Волонтерский Центр».

Людмила Братусь:

В ОСаО «Ингосстрах» существует программа адаптации нового сотрудника, в рамках которой новые специалисты проходят курс подготовки к работе в компании.

Ольга Федосеева:

В группе СУАЛ реализуется ряд программ для молодых сотрудников. Например, программа их обучения по приоритетным для предприятий направлениям. Интересная и перспективная программа планирования преемственности.

Наталья Малашенко:

Программа для выпускников вузов The Challenge Initiative компании «Бритиш Американ Тобакко» рассчитана на два года и предназначена для подготовки будущих менеджеров компании. Программа позволяет менеджеру-стажёру приобрести опыт работы в региональных подразделениях «БАТ Россия». В компании высоко ценятся мобильность и готовность к переменам, поскольку именно эти факторы,

в конечном счёте, определяют успех в карьере каждого сотрудника. Более подробную информацию можно найти на сайте www.batrussia.ru. «БАТ Россия» проводит набор выпускников вузов на позицию «менеджер-стажер» в следующие отделы: Маркетинг, Финансовый, Информационные технологии, Производство, Работа с персоналом.

Вадим Иванченко:

Подготовка и переподготовка, а также повышение квалификации рабочих и специалистов.

Евгений Кузнецов:

У нас достаточно молодое по возрасту сотрудников агентство. Ставка на молодежь у нас всегда была довольно активная. Для многих работа в «Имиджленде» была залогом удачной дальнейшей карьеры. В агентстве есть специальная программа Imageland University по повышению квалификации и профессиональному обучению сотрудников, включающая стажировки на Западе и т.п. Вообще, для консалтингового и агентского бизнеса, как правило, не характерны какие-то специфические социальные программы, в отличие от корпораций. Тем не менее, у нас есть и социальный пакет, и обучающие программы.

Надежда Серякова:

Проводятся тренинги для молодых сотрудников для быстрого вовлечения в деятельность Фонда.

Анна Балабанова:

Бесплатное обучение либо льготы при оплате основного обучения и бесплатное обучение в аспирантуре.

Сергей Алексеев:

Программой деятельности АСМ на 2005-2007 гг. предусматривается участие молодых специалистов в работе над различными проектами Ассоциации с возможностью прохождения практики в летний период.

Вернисаж*Василий Кандинский. Композиция 7. 1913 г.***Галина Бодренкова:**

Продвижение молодых добровольцев организации как лидеров и ведущих проектов. Программы корпоративного добровольчества (вовлечение работников кампаний, в том числе молодых сотрудников, в решение социальных проблем местного сообщества).

Каков принцип отбора молодых специалистов? Как вы оцениваете уровень их подготовки?**Александр Василенко:**

При выделении именных стипендий отбор кандидатов производится из числа студентов 3-5 курсов очной формы обучения профильных вузов. При этом рассматриваются как представленные вузами, так и самостоятельно выдвинувшие себя кандидатуры. Стипендии назначаются студентам, средний балл успеваемости которых не ниже четырех.

При приеме на работу кадровые службы компании проводят тестирование и собеседование с кандидатами. По итогам этих процедур выявляются не только навыки, но и личные качества кандидата, позволяющие опре-

делить, в какой сфере он сможет проявить себя наилучшим образом.

Елена Чернышкова:

Для работы в нашей организации предпочтительны молодые специалисты с высшим образованием, разделяющие ценности нашей организации, способные работать в команде, мотивированные на обучение и достижение поставленных целей.

Анна Андреевкова:

В нашей деятельности наиболее важным является хорошее базовое образование по специальности, интерес к исследовательской работе, энтузиазм, желание работать именно в этой области, знание компьютера.

Уровень подготовки молодых специалистов в сфере социальных и политических наук в настоящее время крайне низок. Не хватает знаний современных социологических и политологических теорий, современной научной литературы (которая в основном печатается на английском языке), очень плохие технические навыки.

Светлана Белова:

Как правило, мы оцениваем сотрудника в ходе волонтерского периода.

Олег Алексеев:

Конкурсный принцип. Уровень подготовки средний. Без дополнительной подготовки молодые сотрудники, как правило, не готовы к самостоятельной работе.

Наталья Малащенко:

Мы стремимся быть лучшим работодателем, прилагая все усилия к тому, чтобы привлекать к работе в компании таких людей, для которых в «БАТ Россия» существуют долгосрочные перспективы и интересные возможности для развития карьеры. Здесь мы приводим принципы, на которых основан наш подход к работе в компании: Быть лучшими, Поощрять индивидуальность, Профессиональный рост, Командный дух, Вознаграждение, Обучение, Перспективы развития.

Требования для участия в программе. Программа The Challenge Initiative является конкурсной. Для того чтобы принять участие в конкурсе, необходимо иметь высшее образование, свободно владеть английским языком; быть гражданином РФ и иметь не более трёх лет опыта работы после окончания вуза. С каждым годом все больше ключевых должностей в «БАТ Россия» занимают российские менеджеры, которые за короткий срок выросли в профессиональном отношении до уровня специалистов мирового класса.

Вадим Иванченко:

Формирование дополнительной потребности структурных подразделений с учетом производственных задач. Ежегодный отбор студентов в более чем 10 вузах России. Уровень подготовки ряда вузов оставляет желать лучшего.

Сергей Тетерский:

Приходят по желанию с разным уровнем подготовки. Проходят обучение в Школе социальных инициатив.

Светлана Чапарина:

Главный принцип — это желание быть активным, приносить пользу не только себе, но и обществу, стремление к новым знаниям и новому опыту.

Евгений Кузнецов:

Принцип отбора одинаковый как для молодых, так и для немолодых специалистов — профессиональный опыт и профессиональные перспективы.

Надежда Серякова:

Кадры набираются в основном через Интернет, по конкурсу. Проводятся тестирования, диктанты и многое другое. Предоставляется возможность проявить себя во время двух-трехмесячного испытательного срока. Очень мало специалистов, мотивированных на работу в некоммерческом секторе, умеющих при этом руководить проектами, аналитически излагать свои мысли на бумаге.

Какова форма взаимодействия вашей организации с органами власти в центре и в регионах в рамках реализации социальных программ для молодежи?

Александр Василенко:

Органы государственной власти могут предоставлять компании информацию об образовательных, медицинских и спортивных учреждениях, нуждающихся в ее финансовой помощи.

Елена Чернышкова:

Просто соблюдаем законы.

Ольга Барковец:

Сегодня никого не нужно убеждать, что кадетские корпуса — это эффективная и новая для постсоветской России система образования и воспитания молодого поколения страны. Недавно на страницах «Парламентской газеты» президент нашего Фонда Борис Йордан очень четко выразил главную сегодняшнюю проблему, связанную с деятельностью кадетских корпусов: «Удивительно, что при общей эйфории по отношению к кадет-

ским корпусам и публичного государственного признания, на настоящий момент нет ни одной государственной структуры, которая бы занималась данным видом учебных заведений. Кадетские корпуса даже не упомянуты в Законе РФ «Об образовании», который только недавно принят». Вопрос централизованного управления кадетскими корпусами мы поднимали еще в 1999 году, однако сегодня даже в самом заинтересованном в решении этой проблемы новом министерстве образования и науки РФ нет отдельной структуры. Кадетскими корпусами там занимается отдел психолого-педагогической поддержки детей и молодежи.

Проведено множество круглых столов, конференций, совещаний на разных уровнях, а до сих пор отсутствуют единая государственная политика по отношению к кадетским корпусам, концепция и программа развития кадетского образования. Типовое положение о кадетской школе, утвержденное Правительством в 1997 году, существенно устарело. Зарплата офицеров-воспитателей в кадетских корпусах до сих пор приравнивается к труду нянечек в домах-интернатах.

И снова вернусь к словам Бориса Йордана: «Пора от количества переходить к качеству работы кадетских корпусов и прекратить смотреть на кадет, как на красивую эффектную игрушку. Не внешние кадетские атрибуты определяют суть корпусов. Главная кадетская составляющая — это система воспитания, строящаяся на лучших военно-патриотических и духовных российских традициях».

Мы много общаемся с директорами кадетских корпусов по всей России, знаем их проблемы изнутри. В основном — это подвижники, которые полностью отдают себя детям. Очень много

зависит от региональных и муниципальных властей. Если есть понимание и поддержка наверху, то и корпус процветает. Но нельзя же постоянно зависеть от личного отношения конкретного чиновника. Как и нельзя финансировать кадетские корпуса по системе школ-интернатов. Кадетский корпус требуют дополнительных финансовых ресурсов, государству они вернутся с большой прибылью — здоровым поколением.

Сейчас у нас много единомышленников и в Совете Федерации, и Государственной Думе. В Думе, в Комитете по образованию и науке, сейчас идет работа по внесению поправки в закон «Об образовании». Но это только первый шаг к решению всего круга проблем кадетских корпусов.

Людмила Братусь:

Форма взаимодействия — партнерская. Инициативы органов власти всегда находят отклик в ОСАО «Ингосстрах». Разработка социальных программ для молодежи — прерогатива государства, и мы готовы к совместному их продвижению.

Владислав Разманов:

Благотворительная программа помощи детям сиротам является, на наш взгляд, одним из немногих в России проектов, который объединяет усилия бизнеса, НКО и власти. Между ОАО «Востокгазпром», программой АРО и администрациями районов подписаны взаимные соглашения, задачами которых являются формирование активной позиции и объединение усилий негосударственных организаций, государственных и властных структур в решение проблем социального сиротства.

Олег Алексеев:

По специальным направлениям наши предприятия взаимодействуют как с местными органами власти, так и с региональными.

Ольга Федосеева:

У нас нет отдельных специальных соглашений по молодежным программам, но мы приветствуем возможность заключения рамочных соглашений как с региональной властью, так и с органами местного самоуправления. Данные соглашения позволяют закреплять принцип диалога в решении текущих задач.

У нас есть отдельные соглашения о партнерстве и взаимодействии с администрациями областей. Они рамочные, не содержат цифр, а касаются принципа взаимодействия. Политика подписания рамочных соглашений не вызывает внутреннего отторжения ни у бизнеса, ни у власти, так как в них прописываются общие для государства и бизнеса цели и ценности. Соглашения позволяют более ответственно и в тоже время более творчески и эффективно подходить к реализации совместных программ.

Ярким примером взаимодействия является Соглашение о социальном партнерстве с мэрами муниципальных образований, которое действует с 2001 г. В его рамках проводятся координационные советы по социальному партнерству, на которых обсуждаются текущие проблемы и задачи, стоящие как перед бизнесом, так и перед местным самоуправлением, и принимаются конкретные решения. Так, на заседании Координационного Совета по Социальному партнерству от 30.07.2004 было принято решение о совместном создании Негосударственного пенсионного фонда. Целями этого проекта являлись обеспечение социальной защищенности сотрудников предприятий группы СУАЛ и жителей муниципальных образований в связи с проводящейся пенсионной реформой и объединение усилий предприятий и муниципальных образований в работе с накопительной частью пенсионного



Пабло Пикассо. Три женщины. 1908 г.

обеспечения. На сегодняшний день это один из самых успешных НПФ России, который учитывает интересы и местного сообщества. Этим же решением Координационного Совета мэры муниципальных образований закрепили свою просьбу о содействии в проводящейся реформе местного самоуправления. На основании данного решения родилась программа «Содействие реформе местного самоуправления и разработка программ социально-экономического развития территорий». Программа рассчитана на три года 2004-2006 гг. Для ее реализации мы заключили соглашения с Федеральным агентством США по международному развитию, сотрудничаем с программой развития ООН, а также с основными разработчиками и экспертами таких программ в стра-

не. Проект сложный и комплексный, поэтому для старта нами выбрано три муниципальных образования: г. Каменск-Уральский Свердловской области, г. Шелехов Иркутской области и муниципальное образование Сегежи и Сегежский район республики Карелия, в состав которого входит поселок Надвоицы. Мы надеемся увидеть осязаемые и интересные результаты уже в этом году. Успешная реализация программы позволит тиражировать наиболее эффективные модели на все территории присутствия предприятий группы СУАЛ.

Наталья Малащенко:

Партнерство.

Вадим Иванченко:

Молодежное объединение является членом Ассоциации работающей молодежи Сургута, членом российской молодежной

палаты, а председатель Совета Молодежного объединения входит в молодежный Совет Нефтегазстройпрофсоюза России.

Сергей Тетерский:

Организация выступает исполнителем заказных работ, подрядчиком государственных закупок — государственные и региональные органы власти финансируют наши программы и мероприятия.

Евгений Кузнецов:

Форма взаимодействия довольно проста: мы находим орган, компетентный в данном вопросе, и уже с ним строим отношения по проведению совместной программы. Проблема в том, что в структуре органов власти большая путаница и нет специального органа, адаптированного к решению таких проблем. Комитет по делам молодежи есть редко в каких регионах; на федеральном уровне вообще, по-моему, нет такого органа, который бы непосредственно этим занимался. Поэтому главная проблема — это поиск ключевых компетенций и тех чиновников, для которых данная проблема актуальна. Мы, как правило, находим области интереса, но ощущаем очень сильную нехватку в государственных органах с такой ключевой компетенцией, как работа с молодежью.

Надежда Серякова:

В работе пропагандируется принцип социального партнерства, а именно — вовлечение в проект, в зависимости от его направленности, представителей органов власти на местах. Есть очень позитивные примеры сотрудничества, но, как правило, власть предрасположена не особенно заинтересована в том, что происходит в молодежной среде. Бывает так, что привозишь в регион средства и оборудование, а администрация препятствует, ждет подвоха. Но в конце концов находят способы «до-

говориться» и дать возможность молодежи принять участие в наших проектах.

Сергей Алексеев:

Работа с региональными комитетами и ведомствами, коммерческими и общественными организациями — самостоятельное направление, существующее в структуре АСМ. На сегодняшний день проще и быстрее договариваться с регионами, нежели с Москвой и Питером: почему-то люди в Центре менее чутки к проблемам и вопросам, относящимся к их компетенции. Парадокс...

Галина Бодренкова:

В настоящее время во многих регионах органы государственной власти и местного самоуправления проявляют интерес к программам поддержки добровольчества. В тоже время развитие молодежного добровольчества — пока новая деятельность для России, и, соответственно, формы взаимодействия с властями различные: от участия представителей властей в проводимых мероприятиях до прямого приглашения к сотрудничеству в развитии добровольчества в регионах.

Есть ли у вас предложения по усовершенствованию взаимодействия с органами власти?

Елена Чернышкова:

Развитие площадок гражданского общества, пропаганда некоммерческого сектора и его ценностей в обществе, СМИ и власти, осведомление властных структур об основных проблемах, выстраивание правильных связей и механизмов по достижению общих целей, например, внесению изменений в законодательство.

Анна Андреевская:

Нет, в той области, которая нас интересует, органы власти совсем не причем. Я вообще считаю, что постоянное желание переложить решение всех про-

блем на органы власти или, по крайней мере, вовлечь их в решение любых проблем как раз и приводит к ситуации, когда ВСЁ начинает зависеть от власти, а не от нас. После этого сетования на бездействие властей, а также на тотальный контроль властей над нашей жизнью становятся просто смешны — мы сами их на это провоцируем.

Ольга Барковец:

Мы готовы помогать органам власти в решении задач, связанных с функционированием кадетских корпусов, в разработке системы воспитания кадет, подготовки кадров. Мы абсолютно открыты к сотрудничеству. Главное, чтобы найти у самих властных структур взаимопонимание. Не буду называть имя одного высокопоставленного чиновника, который недавно сказал нам: «Мы-то решим законодательные вопросы, но главная проблема впереди...», — и, глубоко вздохнув, добавил: «В министерстве финансов».

Светлана Белова:

Больше информации о грантовых конкурсах, больше поддержки молодежному экологическому движению — финансирование лагерей, слетов и т.д.

Людмила Братусь:

Необходимо выработать концепцию социальной деятельности для молодежи, представить ее общественности и бизнесу.

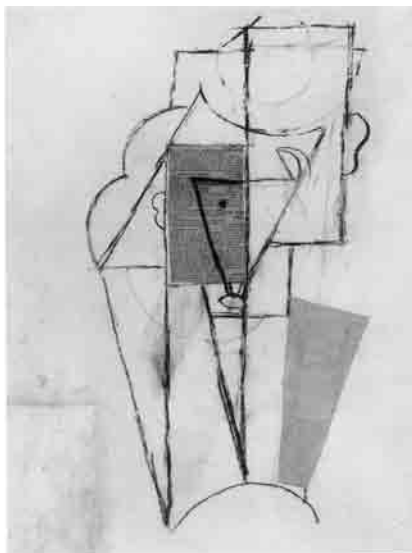
Олег Алексеев:

Все взаимодействия должны строиться на публично-правовой основе.

Ольга Федосеева:

Я считаю, что если власть приглашает бизнес для участия в экспертных советах, разработке жизненно-важных для государства, бизнеса и общества законопроектов, ему обязательно нужно участвовать. Это показывает, что власть прислушивается к мнению бизнеса, а это очень важно.

Надо как на федеральном и

Вернисаж

*Пабло Пикассо.
Голова женщины. 1912 г.*

региональном уровнях, так и на уровне муниципальных образований совершенствовать законодательный процесс по взаимодействию бизнеса с органами власти, по предоставлению и оказанию услуг в социальной сфере, по развитию моделей сотрудничества на основе взаимных интересов. Эта проблема сейчас остро стоит перед государством, которому не хватает финансирования на элементарное содержание социальной инфраструктуры, построенной в социалистическое время и после перестройки. Это содержание школ, больниц, ЖКХ и т.д. Приходится констатировать, что и население, и власть ждут, что бизнес полностью закроет нишу проблем по поддержанию социальной сферы. Но на бизнес неоправданно возлагают очень большую нагрузку, потому что это не является для него «профильной» функцией. Но при правильном формировании моделей и соответствующих законодательных инициатив социальная сфера сама может стать бизнесом.

Западная практика показывает: существуют успешные моде-

ли государственно-частного партнерства, которые позволяют привлекать деньги бизнеса на реализацию социальных проектов. Основные принципы партнерства — взаимный интерес. Государство, со своей стороны, выполняет одну из основных функций по поддержанию, развитию и обеспечению предоставления всех социальных услуг. Бизнес на долевой основе осуществляет финансирование социальных проектов. Но при этом соблюдаются основные принципы — возвратности средств и получения рыночного интереса. И бюджетный, и налоговый нормативные акты предполагают четкое выполнение любым уровнем власти обязательств перед бизнесом по возврату этих денежных средств в заданные контрактами сроки. Исходя из этого, возникает необходимость обучения менеджмента для тех же самых учреждений здравоохранения, образования, ЖКХ и т.д. моделям привлечения и зарабатывания средств, в том числе, через предоставления и расширения частично или полностью платных услуг, за которые население готово платить. Сейчас в программы госбюджетов закладывается подушевое финансирование, которого недостаточно для поддержания инфраструктуры, созданной в предыдущий период (на это влияет и демографический кризис). При этом часть учреждений социальной сферы практически останется без финансирования. То есть для того, чтобы поддержать весь объем социальной сферы, надо либо переходить частично на платные услуги, которые будут востребованы местным населением, или же брать деньги займы у бизнеса, но при этом понимать, что создаваемые модели должны быть самокупаемы.

Подобные модели партнерства существует в Европе и в Аме-

рике. Это законодательно закрепленные взаимоотношения, когда бюджет предполагает расчет за заем средств с бизнесом. К сожалению, у нас нормативных документов, к которым мог бы обратиться бизнес, на сегодняшний день нет. Только при наличии этих эффективных законодательно закрепленных механизмов, бизнес может ощущать себя полноправным партнером власти и полноценно участвовать в социальном развитии.

Но, не дожидаясь этого судьбоносного для социальной сферы решения, мы уже приняли решение участвовать в большой социально-экономической программе, развивать наши пилотные муниципальные образования и показать, благодаря каким механизмам это осуществимо. Хочется, чтобы развитие социальной сферы и городов шло в рамках конкретных запланированных и реальных программ.

При наличии финансовых инструментов и механизмов их применения мы сможем понять, какие задачи сумеем реализовать, каких целей сможем достичь. Когда у тебя есть реальные практические модели, на первой стадии, ты должен, конечно, сделать финансовые вложения, чтобы показать государству и местному сообществу действие этих механизмов. Хотя в западных странах государство является инициатором — оно первым обращается к бизнесу и показывает, как при его участии могли бы работать модели социального развития.

Наталия Малащенко:

В 2004 г. поиск точек соприкосновения в диалоге трех секторов — бизнеса, власти и гражданского общества — в сфере КСО был успешен. Появились интересные совместные социальные проекты. Бизнес начинает рассматривать НКО как равноправного партнера. Конечно, очень много зависит от профес-

сионизма некоммерческих организаций, от их готовности предложить бизнесу программы, учитывающие интересы как общества, так и делового мира.

Если бизнес и НКО уже пришли к более или менее единому пониманию сути КСО, то власти еще только предстоит прийти к такому пониманию. Пока еще власть воспринимает эту концепцию либо только как соблюдение всех законов, либо как благотворительность. В этом позиции власти и бизнеса расходятся. В развитии темы КСО следует опасаться «болезни роста» и связанного с ней завышения ожиданий всех вовлеченных сторон, а также возможной неправильной трактовки сути и принципов корпоративной социальной ответственности.

Мы бы хотели видеть большую вовлеченность органов власти в реализацию и контроль за соблюдением норм Федерального закона «Об ограничении курения табака» в части предотвращения продаж табачных изделий несовершеннолетним.

Вадим Иванченко:

Формирование и организация молодежных палат в регионах при Думах на уровне муниципальных образований и субъектов федерации. Формирование из их числа членов молодежной палаты государственной Думы.

Сергей Тетерский:

Необходима прозрачность финансовых потоков.

Евгений Кузнецов:

Существует острая необходимость принятия на государственном уровне комплекса стратегических и тактических документов по молодежной политике, который бы определял регламент взаимодействия с органами власти и их компетенции, обрисовывал контур этой политики. На наш взгляд, такая программа необходима в самое ближайшее время.

Надежда Серякова:

Нужен открытый диалог. Необходимо учиться в других странах, где третий сектор формируется не по остаточному принципу. В России наработан уникальный опыт социального партнерства, где партнерами выступают все три сектора. Однако пока ментально мы воспринимаем только власть, затем «своеравный» бизнес и на последнем месте — «вопрошающий» третий сектор. Третий — не значит последний!

Власть должна знать о работе некоммерческих организаций не понаслышке. Система социальных заказов — одна из форм сотрудничества, которая может принести пользу обществу и выполнить поставленную государством задачу через посредство НКО.

Сергей Алексеев:

Может быть, имеет смысл создать рабочую группу по выработке рекомендаций или экспертно-консультативный совет по обеспечению координации молодежной политики в РФ при каком-либо комитете или министерстве, пригласить в него представителей заинтересованных сторон разных уровней и регионов.

Елена Белова:

Достойный подражания в этом вопросе — пример Челябинской области. Там работает и имеет большой вес молодежная комиссия при представителе президента России.

Галина Бодренкова:

Взаимодействие и партнерство с органами государственной власти может эффективно развиваться как путем проведения совместных проектов в определенных областях, так и путем развития институциональных форм сотрудничества. В частности, одним из конкретных предложений Центра развития добровольчества ко всем заинтересованным организациям (влас-

ти, бизнеса, НКО и СМИ) является разработка и реализация национальной программы поддержки молодежного добровольчества в РФ как компонента государственной молодежной политики, направленной на раскрытие и повышение потенциала молодежи.

Вы осуществляете программы самостоятельно или сотрудничаете с другими организациями?

Александр Василенко:

Компания осуществляет социальные программы, направленные на поддержку молодежи, через НО «Благотворительный фонд «ЛУКОЙЛ».

Елена Чернышкова:

И самостоятельно, и сотрудничаем в рамках партнерских программ.

Анна Андреевкова:

Мы самым активным образом сотрудничаем с коммерческими организациями, с НКО — в области проблемы подросткового курения, в области здоровья (Фонд «Здоровая Россия»), с международными фондами (USAID и др.), женскими организациями и т.п. Мы также активно сотрудничаем со средствами массовой информации.

Ольга Барковец:

К сожалению, наш Фонд — практически единственный на постсоветском пространстве, который осуществляет планомерную помощь кадетским корпусам всей страны. А друзей у нас много. Это наши коллеги из других благотворительных фондов, чья работа направлена на поддержку молодого поколения: фонда «Связь поколений», Международного благотворительного фонда В.Т. Спивакова, Фонда Святого Всехвального апостола Андрея Первозванного и др.

Светлана Белова:

Сотрудничаем с коммерческими, а также некоммерческими организациями.

Людмила Братусь:

Работаем и самостоятельно, и через коммерческие и некоммерческие организации.

Олег Алексеев:

Мы осуществляем программы самостоятельно и в сотрудничестве с некоммерческими организациями.

Ольга Федосеева:

И самостоятельно, и в сотрудничестве.

Вадим Иванченко:

В основном за счет средств компании.

Сергей Тетерский:

Сотрудняем с различными некоммерческими и коммерческими организациями.

Светлана Чапарина:

Мы осуществляем данный проект совместно с Общественным Фондом Тольятти и при финансовой поддержке одного из тольяттинских коммерческих банков и мэрии г. Тольятти.

Вера Шейнина:

Предпочитаем работать напрямую с государственными учреждениями, но есть и проекты, осуществляемые совместно с некоммерческими организациями.

Евгений Кузнецов:

Мы сотрудничаем с разного рода коммерческими и некоммерческими организациями, но констатируем очень низкий уровень их дееспособности в настоящее время. Фактически нам приходится брать на себя вопрос разработки адекватной социальной программы, вместо того чтобы просто осуществлять для клиента консалтинг в этом направлении.

Надежда Серякова:

У нас очень много партнеров по всей России. Часть проектов от начала до конца мы выполняем сами, в некоторых случаях мы проводим всероссийские грантовые конкурсы — тогда разработанный нами проект выполняется различными некоммерческими и даже государственными организациями. А в боль-

шинстве случаев мы работаем в партнерстве как с НКО, так и бизнес-структурами.

Оксана Рустамова:

В основном самостоятельно.

Анна Балабанова:

Мы работаем самостоятельно в большинстве случаев, но по ряду проектов сотрудничаем с некоторыми коммерческими и некоммерческими структурами.

Сергей Алексеев:

Безусловно, сотрудничаем и будем сотрудничать с разными структурами. Идет постоянная работа по формированию пула партнеров, взаимодействуя с которыми мы сможем решать стоящие перед нашими организациями задачи.

Елена Захарова:

Наиболее распространенный способ поддержки социальной сферы коммерческими организациями разных уровней — прямая финансовая помощь учреждениям социальной защиты: детским домам, интернатам, а также школам, образовательным и досуговым детским и молодежным учреждениям и т.д. Финансирование бизнесом социальной сферы и поддержка молодежных программ не напрямую, а в партнерстве с общественными организациями имеет несколько преимуществ. НКО, особенно местные, обладают обширной и конкретной информацией о потребностях социально незащищенных слоев населения. Многие из них проводят обследования территорий, анализируют состояние многих объектов, имеют возможность контролировать правильность расходования средств, привлекая к своей деятельности членов попечительских советов, общественности. Использование подобного подхода предоставляет бизнес-структурам различных уровней широкие возможности в выборе и маневренности при оказании поддержки в различных сферах.

Многие исследования показали, что бизнес, вкладывая колоссальные средства в социальную инфраструктуру, в строительстве все большего числа стадионов, домов культуры, обнаруживает, что это никак не влияет на снижение роста молодежной преступности и наркомании, снижение числа беспризорных детей, брошенных стариков. Зачастую в регионах присутствия компании не могут найти новых рабочих — молодежь не заинтересована работать у станка, безответственна. Поэтому многие из них уже начинают менять свою политику и переходить к поддержке проектов, предполагающих социальные инвестиции.

В 2000–2005 гг. при поддержке и активном участии Фонда было выполнено более 100 подобных проектов и программ в 22 регионах РФ. Все проекты были реализованы с участием государственной и муниципальных властей, бизнеса, образовательных учреждений и общественных организаций.

Галина Бодренкова:

Все проекты осуществляются в партнерстве с коммерческими, некоммерческими организациями, органами государственной власти. В настоящее время сотрудничество осуществляется в более чем 30 российских регионах. Стратегический партнер проектов Центра в России — Фонд «Созидание».

Ваша оценка освещения данной проблемы в СМИ.**Александр Василенко:**

На мой взгляд, средства массовой информации уделяют недостаточно внимания данному вопросу. Мало кто интересуется опытом корпоративного сектора. Но самое главное — нет серьезного разговора о молодежной политике как таковой. Как ориентировать молодежь в выборе первого образования? Как

обеспечить рабочие места выпускникам вузов? Это вопросы, на которые пока нет ответа.

Елена Чернышкова:

2+ по пятибалльной системе.

Анна Андреевкова:

Думаю, что в области проблемы образования СМИ играют сегодня очень активную роль: поднимают и обсуждают эту проблему, инициируют самостоятельные исследовательские проекты и т.д. В области подросткового курения и здоровья в целом роль СМИ ниже, зато в ней сейчас активную роль играют НКО.

Ольга Барковец:

Проблема старая, болезненная... Иногда доходящая до абсурда. Я знаю одно: пока мы не научимся за добрые дела говорить спасибо (ведь, кажется, вещи очевидные, с пеленок этому учат родители), мы никогда не воспитаем в нашем современном обществе массовую культуру добра и милосердия, которая всегда была так характерна для русского народа. Ведь именно СМИ формируют эту массовую культуру. Надо писать об этом, надо говорить, надо показывать примеры! Нельзя добрые дела измерять стоимостью газетных полос и в каждом добром начинании видеть чьи-то PR и рекламу.

Светлана Белова:

Освещают слабо.

Александр Большаков:

СМИ работают по молодежной тематике из рук вон плохо. Голос молодежи в средствах массовой информации не слышен. Коммерциализация СМИ сослужила нам плохую службу. Публикации и сюжеты на экране зачастую носят откровенно заказной характер, не отражают нужд ни молодежи, ни общества в целом. Особо опасны обилие сцен и сюжетов насилия и «страшилок», половой распущенности. Психологами уже давно доказано, что, если процент негативной информации превышает



Петр Кончаловский. Хлебы на Зеленом. 1913 г.

30%, следует ожидать депрессивного состояния слушателей (читателей). Беру на себя смелость полагать, что именно в этой связи у нас не снижается количество самоубийств, в том числе среди молодежи. Раньше был анекдот: Что такое программа «Время»? — Это бенедикс Брежнев и немного о погоде. Сегодня на вопрос о том, что такое программа «Время», можно ответить примерно так: Это бенедикс криминала и террора, а также немножко о Путине.

Людмила Братусь:

Низкая.

Олег Алексеев:

Молодежная политика, как и всякая другая политика в отношении человеческих ресурсов, освещается крайне плохо.

Ольга Федосеева:

Все большие программы и изменения, которые мы гото-

вим, в том числе и диалоги с властью, должны сопровождаться широкой и понятной информационно-разъяснительной работой. Потому что, несмотря на огромный вклад бизнеса в социальную сферу и ее развитие, очень часто он не оценивается сообществом. В этом бизнесу должна помогать как власть, так и гражданское общество, потому что без существования успешных компаний нет благосостояния общества, нет эффективного развития территории. Кроме того, для правильного и понятного освещения информации в СМИ надо договариваться об одинаковом понимании определений.

Наталья Малашенко:

Ниже среднего.

Вадим Иванченко:

Недостаточное освещаются в СМИ проблемы молодежи и, са-

мое главное, не освещается то, что делается на законодательном уровне в молодежной политике.

Сергей Тетерский:

Неудовлетворительная.

Светлана Чапарина:

Очень слабая. В Тольятти в апреле 2004 г. появился молодежный журнал «Иди», который действительно отражает все проблемы и актуальные темы молодежи. Но для нашего города это капля в море. Что же касается страны в целом, то затрудняюсь назвать что-либо вообще.

Вера Шейнина:

Специально этой проблемой, по-моему, СМИ не занимаются. Освещаются только отдельные очень значимые события (как 250-летие МГУ).

Евгений Кузнецов:

Оценка низкая. Ситуация катастрофическая. Проблематика молодежи является одной из самых опасных и замалчиваемых проблем. У нас пресса создает совершенно неадекватное представление о проблемах, с которыми сталкивается молодежь. Печатные издания переполнены обсуждением проблем «богатой молодежи», практически не уделяют внимание чудовищному масштабу проблем несочиненной молодежи, которая охватывает от трети до половины всей российской молодежи — колоссальным цифрам наркомании, пьянства, социальной деградации. Это касается не только провинциальной России, но и пригородов мегаполисов. Эта проблема необычайно взрывоопасна. Здесь просто необходимо бить во все колокола.

Надежда Серякова:

Очень важная тема! До сих пор встречаюсь с чиновниками, которые не знают, что такое НКО или третий сектор. Удивленно задают вопрос: «Это что — комсомол?». Общество должно «напитаться» информацией о преобразованиях в области гражданских инициатив, про-

исходящих в нашей стране более 10 лет. Необходимо открывать новые рубрики, собирать позитивный опыт, рассказывать о людях, посвятивших себя филантропии. Тема должна стать популярной. Это, в свою очередь, поможет привлечь в третий сектор молодежь и людей старшего возраста, которые порой не знают, куда приложить свои силы. Кроме того, это необходимо для того, чтобы наши бизнесмены начали учиться цивилизованно тратить свои благотворительные средства. Многие российские компании предпочитают отдать деньги «бабушке на улице» (что уже хорошо), вместо того чтобы выстроить проект через НКО, который поможет «многим бабушкам», будет развивать третий сектор и улучшит PR-привлекательность компании.

Оксана Рустамова:

Крайне мало об этом пишут. В основном, как мне кажется, СМИ, которые должны бы писать и о проблеме, и об ее решении, балуют нас сказками о волшебных карьерах, когда молодой человек «в 15 лет полком командует». Но такие полководцы — исключение, объясняющееся либо связями, либо счастливым стечением обстоятельств.

Анна Балабанова:

По данной проблематике достаточно мало публикаций. Проблема освещения подобной деятельности в СМИ очень серьезна. Она требует скорейшей выработки механизма и последующей реализации схем взаимодействия между СМИ, бизнесом, властью и общественными организациями. Закон пока здесь не выполняется...

Елена Белова:

Освещение этих проблем во многом зависит от инициативы специалистов, которые этим занимаются (приходится писать статьи самим), и от взаимодействия с заинтересованными

журналистами. У нас в Череповце эта тема освещается достаточно широко и разносторонне.

Галина Бодренкова:

В СМИ недостаточно освещена тема молодежного добровольчества, вклада молодежи в социально-экономическое развитие общества.

Комментарии.

Александр Большаков:

Обществу необходима новая позитивная и стабильная конструкция взаимоотношений всех его основных сегментов, направленная на построение гражданского общества в России как общества гражданской ответственности. Такой конструкцией сегодня мог бы стать Общественный договор основных социальных сегментов общества: власть-бизнес-институты гражданского общества. По смыслу и форме этот документ должен рассматриваться как высшая форма проявления прав, свобод и обязанностей гражданина, умение и желание ими пользоваться. Через согласованную, дружную работу в рамках Договора всех его участников мы могли бы иметь в результате адаптированный для России вариант построения и функционирования нормального, саморазвивающегося гражданского общества — общества ответственных граждан, в котором установятся и будут позитивно действовать эффективные двусторонние и многосторонние коммуникации «гражданин-государство-бизнес».

В рамках Договора речь, как представляется, должна идти не только о перераспределении экономических благ (например, сверхприбылей от природной ренты), но и перераспределении властных функций — делегировании части властных полномочий общественным структурам. Подобное делегирование позволит переложить часть ответст-

венности за принятие управленческих решений с органами официальной власти на институты самоорганизации граждан, значительно снизит вероятность и цену управленческих ошибок.

Исторический опыт показывает, что сосредоточение большого объема власти в руках одного человека или очень узкой группы лиц, если нет соответствующего противовеса и контроля со стороны общества, приводит к крайне негативным последствиям для страны. Российский парламент — послушный вассал президента и правительства, а не самостоятельная ветвь государственной власти, поэтому говорить о нем как о представительном органе российского общества можно (и то с оглядкой) лишь де-юре, но отнюдь не де-факто. Следовательно, логично в заданных обстоятельствах передать функции контроля власти и бизнеса, а также часть их полномочий НКО.

Назрела необходимость общественной экспертизы и общественного контроля действий всех ветвей власти. Созданные для этих целей НКО могли бы стать эффективным инструментом модернизации, своего рода центрами гражданской ответственности. Это позволит повысить эффективность, объективность и социальную составляющую управленческих решений, понизить уровень патерналистских ожиданий населения по отношению к государству, расширить возможности самореализации (участия) граждан в управлении государством.

В настоящее время политтехнологи и аналитики озабочены созданием социальных программ в различных областях — здравоохранении, образовании и т.д. Однако эти разрозненные социальные программы не могут заменить собой единую социальную доктрину, являющуюся

плодом позитивного сотрудничества. Предлагая способ «поделиться», они не предлагают пути формирования нового типа общества и социального партнерства. При всем уважении к авторам и подписантам Московского трехстороннего соглашения на 2005 г. между правительством Москвы, московскими объединениями профсоюзов, московскими объединениями промышленников и предпринимателей (работодателей) и аналогичного договора до 2007 г. на уровне правительства РФ, это, на мой взгляд, документы, не охватывающие всю конструкцию и весь спектр проблем социальной безопасности.

Достаточно сказать, что у работников выпало из поля зрения целое поколение — это те граждане, которым в начале горбачевской перестройки и/или им сегодня 10-15 лет. Проблемы граждан этого возраста стоят очень остро, мало того негативные тенденции принимают характер серьезной угрозы, приближают нас к пороговым значениям в сфере социальной безопасности. Это поколение с трудом можно представить как кадры модернизации экономики и культуры, армии и сил правопорядка, но очень легко — как источник постоянного пополнения криминала, наркомании, проституции, стимулятор депопуляции нации и сокращения ее численности.

Нам необходимо определить и гармонизировать интересы различных социальных слоев населения («люди из толпы», «молчаливое большинство», подрастающее поколение, «бизнес-элита», «каста чиновников», «творческое меньшинство»). Гармонизация интересов позволяет, в свою очередь, достичь реального социального партнерства, солидаризации различных социальных групп и консолидации общества.

Вадим Иванченко:

И самое основное, не закреплена молодежная политика на законодательном уровне. Нет закона о молодежи! Не задумываться о будущем молодежи и о ее настоящем не простительная ошибка государства. Молодежь — грамотная, научно и идеологически устойчивая молодежь, надежное будущее развитого общества.

Надежда Серякова:

Наш Фонд обладает уникальным опытом работы с крупными международными корпорациями. Мы готовы делиться этим опытом. Считаю, что работа некоммерческой организации должна быть выстроена так же тщательно, как и в коммерции. В виду отсутствия прибыли в НКО, мотивирование сотрудников должно быть на высоком уровне. Кроме того, для сотрудничества с бизнес-структурами необходимо обладать не только идеей проекта, но и представлять технологически всю цепочку событий от дизайна проекта до результатов, где будут учтены все компоненты успеха и самого начинания, и компании, выделившей средства.

Оксана Рустамова:

Вообще, молодому человеку в России живется непросто. Как ни странно, но юное, только что с институтской скамьи, полное сил и желания работать существо попадает едва ли не в категорию социально незащищенных граждан. Начать карьеру невероятно сложно: кто возьмет без опыта?! А если возьмут, то окажется ли рядом с молодым человеком наставник в полном смысле этого слова? Или молодой человек будет путаться у всех под ногами, раздражать всех своей бестолковостью и быть на побегушках? Часто после первого места работы у юнца (юницы) на всю жизнь остается комплекс неполноценности. Поэтому представляется, что наша образовательная систе-

ма должна быть перестроена таким образом, чтобы из вузов выходили специалисты не только с теоретическим образованием, но и с практическим опытом, чтобы компании-работодатели конкурировали в борьбе за право принять этого выпускника на работу. И пусть вузов будет меньше, и поступать туда будет сложнее, и учиться там будет труднее, и до выпуска пусть доходят не все поступившие, но уж если ты получил заветный диплом, это должно быть гарантией того, что ты найдешь себе применение. Второе — зарплата. Начало карьеры — это всегда гроши, на которые нормально жить невозможно. Третье — жилье: вопрос, не решаемый сейчас в принципе.

Мне кажется, государство должно разработать некие программы, которые стимулировали бы желание бизнеса брать на работу молодых. Это могут быть налоговые льготы, какие-то еще преференции, но что-то делать надо! И образование, как я уже говорила, надо перестраивать. Я сама преподаю в вузе, и сама бы своих студентов на работу не взяла: у них подготовка по учебному плану страшно далека от того, что приходится делать во взрослой жизни. И кредиты молодым давать на льготных условиях — и на жилье, и на продолжение образования. Роль СМИ в этом — писать, поднимать проблемы, поощрять тех, кто добился результатов.

Галина Бодренкова:

Российский Центр развития Добровольчества (ЦДМДМ) — одна из первых российских организаций, более 10 лет целенаправленно занимающаяся продвижением и развитием в России добровольчества, как основы для укрепления гражданского общества. Являясь представителем Международной Ассоциации добровольческих усилий, работая ведущими в области добровольчества международными партнерами, обладает необходимыми системными знаниями и навыками для успешного запуска и осуществления данных проектов.

Вернисаж



Алексей Явленский. Натюрморт с пестрой скатертью. 1909 г.

АНГЛИЙСКИЕ ЛОРДЫ РЕШИЛИ ИСПРАВИТЬ ИМИДЖ РОССИЙСКОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

МОСКВА. Английские аристократы, представители некоммерческого сектора и ряд коммерческих компаний объединились для проведения благотворительного мотопробега «Ралли Белых ночей».

Мотопробег стартует во Владивостоке 2 мая и завершится 12 июня в Санкт-Петербурге. Инициаторами марафона был лорд Николас Фейрфакс, который привлек еще пятерых представителей английских знатных семей. Они составят основную команду гонщиков и пройдут около 10 тыс. километров, совершая остановки для проведения благотворительных акций. Часть пути с ними разделят патрон мотопробега принц Майкл Кентский и президент компании VMT Management Ltd Борис Зимин, сын основателя компании «Вымпел-Ком» Дмитрия Зими́на. Маршрут ралли лежит через 24 города Дальнего Востока, Сибири, Урала, Поволжья, Центральной России. Средства, собранные в ходе пробега, будут направлены на лечение тяжелобольных детей и поддержку социальных проектов. С российской стороны организатором акции выступает Российское представительство Британского благотворительного фонда Charities Aid Foundation (CAF Россия). В рамках подготовки акции уже собрано \$700 тыс. Часть средств пожертвовали сами участники мотопробега и их английские друзья.

Со стороны России финансовую поддержку оказали Фонд «Династия», ОАО «Альфа-банк», компания «Шеврон Тексако», Дальневосточное морское пароходство и др. Организаторы планируют, что благотворительный бюджет «Ралли Белых ночей» составит \$1 млн. Оставшаяся часть суммы будет собрана в регионах. Местный бизнес будет предоставлять средства на финансирование конкретных социально значимых инициатив или лечение детей в своем городе или регионе. Например, в Санкт-Петербурге спонсоры предоставят средства для работы цирковой студии, в которой занимаются

бывшие беспризорники. На Дальнем Востоке предприниматели решили поддержать строительство единственного в регионе реабилитационного центра для детей с онкозаболеваниями. В каждом субъекте Федерации, через которые пройдет маршрут пробега, планируется поддержать несколько проектов и оплатить несколько операций для тяжелобольных детей. Лорд Н.Фейрфакс отметил, что подобные марафоны, которые сопровождаются сбором средств и привлечением внимания к наиболее острым социальным проблемам, в Великобритании уже давно вошли в традицию. Он

Вернисаж



Илья Машков. Портрет Варвары Петровны Виноградской. 1909 г.

считает, что опыт проведения акции окажется полезным для российской филантропии.

ПРАВИТЕЛЬСТВО РФ БУДЕТ УТВЕРЖДАТЬ СПИСОК ГРАНТОДАТЕЛЕЙ

МОСКВА. 22 апреля Госдума приняла, во втором чтении проект Федерального закона N58666-4 «О внесении изменений в главы 23 и 25 второй части Налогового кодекса РФ и некоторые другие законодательные акты РФ о налогах и сборах». В новой редакции представлен расширенный список областей, в которых финансирование программ признается грантом и не облагается налогом на прибыль. В старой редакции НК РФ право на получение не облагаемых налогом грантов имели лишь НКО, осуществляющие проекты в сфере науки, искусства, охраны окружающей среды, образования и культуры. Новые поправки предоставляют такие льготы в области охраны здоровья населения (направления — СПИД, наркомания, детская онкология, включая онкогематологию, детская эндокринология, гепатит и туберкулез); деятельности по защите прав и свобод человека; социального обслуживания социально незащищенных групп населения. То есть в тех областях, которые наиболее характерны для некоммерческого сектора. Однако по новому законопроекту, список грантодателей (как российских, так и иностранных), которые получают право на предоставление необлагаемых налогом грантов, утверждается Правительством РФ. Гранты объединений и организаций, не вошедших в правительственный перечень, не освобождаются от налога на прибыль.

ОЛИГАРХИ ПОДДЕРЖАТ УЧЕНЫХ РАН

МОСКВА. Олег Дерипаска, Александр Мамут и Роман Абра-

мович выделили на поддержку учрежденного ими Фонда содействия отечественной науке более \$2,6 млн. Это почти в два с половиной раза больше, нежели было выделено в 2000 году, когда фонд создавался. Большая часть средств пойдет на грантовую программу «Ведущие ученые. Лучшие кандидаты и доктора РАН». По ней 400 кандидатов, 100 докторов наук и 14 мэтров отечественной науки получают соответственно 3,5 и 10 тыс. долларов каждый.

Как сообщает газета научной общественности страны «Поиск», об этом заявили накануне в президентском зале нового здания президиума РАН. Гранты выделяются на два года. Большинство нынешних лауреатов — победители прошлогоднего конкурса. Среди новых грантополучателей — 11 ведущих ученых, 40 докторов и 40 кандидатов наук. Олигархи заверили, что они планируют развивать благотворительную деятельность и впредь. 400 тысяч долларов будут выделены в этом году на новую программу фонда «Лучшие аспиранты РАН». Это еще 200 грантов по 2 тыс. долларов каждый. Всего в этом году меценаты поддержат 760 ученых РАН.

«СЕВЕРСТАЛЬ-ГРУПП» — ОДИН ИЗ ОРГАНИЗАТОРОВ И СПОНСОРОВ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОГО ПРОЕКТА «ДОРОГА К ДОМУ»

МОСКВА. Проект осуществляется совместно с благотворительными фондами «Династия» и «Новая Евразия». Он предполагает комплексное решение вопросов по профилактике правонарушений, безнадзорности и беспризорности несовершеннолетних и оказание социальной помощи семьям и детям, находящимся в социально-опасном положении, помощь в реализации их законных прав и интересов, содействие в улучшении со-

циально-экономических условий жизни в городах Москва и Череповец. Программа рассчитана на три года, и ее бюджет составляет \$600 тыс. Оператор проекта — благотворительный фонд «Приют Детства». Отличительный «системный подход», разработанный и эффективно применяемый создателями и специалистами этого фонда, рассматривает проблему детской беспризорности и безнадзорности как комплексное социальное явление и предполагает работу не только с последствиями, но и в большой степени с причинами этого явления. Данный подход предполагает создание системы взаимосвязанных учреждений, ведущих согласованную и всестороннюю работу с проблемой безнадзорности на всех ее стадиях, начиная с информационно-правовой поддержки семей в кризисных ситуациях (социальная служба) и заканчивая работой по семейному устройству детей, оказавшихся на улице (Школа приемных родителей).

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ КОМПАНИЙ СОЗДАН САЙТ О ВОЙНЕ

МОСКВА. На сайте размещена мультимедийная карта-модель, отражающая ход военных действий в период Великой Отечественной войны на территории европейской части России. Это анимационный фильм, созданный с помощью новых технологий. Любой посетитель может получить дополнительную информацию об основных событиях в форме текстовых комментариев. На сайте размещены также кинохроники и аудиозаписи с рассказами ветеранов о сражениях, участниками которых они были. Авторы проекта утверждают, что аналогов этому ресурсу в Интернете не существует. Важная часть проекта — поименный список ветеранов, доживших до 60-летия Победы. По замыслу раз-

работчиков проекта, на сайте можно найти фамилию или адрес любого из ныне живущих солдат ВОВ. К сожалению, работа по созданию списка еще не закончена. Министерство здравоохранения и социального развития РФ (ранее Министерство труда и социального развития РФ) не предоставило авторам проекта нужные сведения. Зато благодаря содействию Министерства обороны РФ стали известны имена 127 тыс. кадровых военных, прошедших войну. Реализовать проект было бы невозможно без поддержки компаний, работающих на рынке информационных технологий — IBS Group, Yandex, «Медиология», «Крок», «Лаборатория Касперского», «Связь-инвест» Сайт начал свою работу 21 марта. Только за последние три дня его посетили более 20 тыс. человек. Контакт: сайт: <http://www.pobediteli.ru>

НАГРАЖДЕННЫ ПОБЕДИТЕЛИ КОНКУРСА РАБОТ ПО СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

МОСКВА. Центр развития филантропии «Сопричастность» завершил проект «Причастный оборот-2004: новые возможности», поддержку которому оказал московский Комитет общественных связей. В рамках проекта будущие журналисты - слушатели Подготовительных курсов факультета журналистики МГУ и учащиеся Школы юного журналиста выпускали молодежную социальную газету «Причастный оборот», а также сами верстали ее, печатали и распространяли в учебных заведениях и общежитиях Москвы.

На страницах газеты будущие журналисты делилась своим пониманием социальной ответственности бизнеса, размышляли об эффективности образовательного процесса в школах, перспективах и собственным опытом трудоустройства и буду-

щей карьеры.

Важность проекта заключалась в том, что старшеклассники получали обширную информацию об основах гражданского общества, социальном партнерстве, о сфере защиты прав человека, о социальных проблемах и социальной ответственности — человека, бизнеса, СМИ, власти.

На конкурс работ по социальной журналистике были присланы около 100 работ. Из них жюри отобрало 11 лучших публикаций, авторам которых на факультете журналистики МГУ были тожественно вручены дипломы и ценные подарки.

НОВОМОСКОВСКИЙ «АЗОТ» УДОСТОЕН ПРЕМИИ «РОССИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ОЛИМП»

НОВОМОСКОВСК. Акционерная компания «Азот», дочернее предприятие Минерально-химической компании «ЕвроХим», признана лауреатом премии «Российский Национальный Олимп» в номинации «Промышленность. Производство», а исполнительный директор предприятия Петр Голосниченко удостоен почетного титула — «Промышленник года» с вручением ему ордена «За честь и доблесть».

Такое решение было принято оргкомитетом Премии с учетом рекомендаций Правительства РФ, профильных комитетов и комиссий СФ и Госдумы, на основе экспертной оценки РАН, а также глав регионов. В прошлом году премии «Российский Национальный Олимп» было удостоено другое предприятие «ЕвроХима» — ОАО «Невинномысский Азот».

Наградами премии в разные годы отмечены коллективы таких предприятий, как РАО «Норильский никель», ФГУП «Миг», ОАО «Российские железные дороги», аэропорт «Домоде-

дово», МГУ им. М.В. Ломоносова, АК «Алроса», ОАО «ГАЗ», Московский металлургический завод «Серп и молот», Государственный Эрмитаж, Государственный Академический Большой театр, другие известные предприятия крупного, среднего и малого бизнеса.

СВЕРДЛОВСКИЕ МЕТАЛЛУРГИ ПОЗНАКОМИЛИСЬ СО СТАНДАРТАМИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТЧЕТНОСТИ

ЕКАТЕРИНБУРГ. Семинар «Корпоративная социальная отчетность и международные стандарты» завершил проект «Продвижение технологий корпоративной социальной ответственности как основы социального диалога на местном уровне». В нем приняли участие около 20-ти специалистов крупных металлургических предприятий и холдингов Свердловской области, в том числе УГМК-Холдинга, ВСМПО, Трубной металлургической компании, Северского трубного завода и др. О стандартах корпоративной социальной отчетности, принципах и видах КСО рассказала руководитель отдела корпоративной культуры и социальной политики Агентства социальной информации Екатерина Волкова (Москва).

Участники семинара познакомились со стандартами социальной отчетности AA 1000 и GRI, узнали о процессе отчетности и его основных принципах. Проект по продвижению технологий КСО осуществлял «Международный консультационный центр» совместно с Союзом предприятий металлургического комплекса Свердловской области при поддержке посольства Королевства Нидерландов (Matra).

«ЛУКОЙЛ» ПРОВЕЛ ДИАЛОГ В РАМКАХ ПОДГОТОВКИ СОЦИАЛЬНОГО ОТЧЕТА

МОСКВА. В этом году ком-

Вернисаж*Александр Куприн. Натюрморт с тыквой. 1912 г.*

пания «ЛУКОЙЛ» приняла решение о проведении диалога с представителями законодательной и исполнительной власти. Такое решение объясняется процессами реформирования нормативной базы, регулирующей нефтегазовую отрасль, а также тем, что данная группа стейкхолдеров является одной из основных для компании. Сотрудники компании представили концепцию корпоративной социальной ответственности, познакомили участников диалога с основными программами и результатами в этой области. Участники встречи высказали свои пожелания в адрес компании, в частности, по содержанию первого отчета. Следуя принятому решению о регулярном выпуске отчетов в области устойчивого развития, компания намерена в будущем расширять аудиторию диалогов, а также их географический охват.

ОПРЕДЕЛЕННЫ ЭФФЕКТИВНЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ КОМПАНИЙ

МОСКВА. Подведены итоги IV всероссийского конкурса «Российская организация высокой социальной эффективности». В нем приняли участие более 800 организаций из 75-ти регионов РФ и 34-х отраслей экономики. В шести основных номинациях определено 65 победителей. Среди них — «Сургутнефтегаз», ОАО «Роснефть», «Нижнекамскнефтехим», ОАО «Западно-Сибирский металлургический комбинат», «Богословский алюминиевый завод», ГМК «Норильский никель», «Северсталь», «Комсомольское-на-Амуре авиационное ПО имени Ю.А.Гагарина». Компаниям «Сургутнефтегаз» и «Роснефть» присвоено почетное звание «Российская организация высокой социальной эффективности 2004 года». Конкурс проводится с 2000 года Министерством эко-

номического развития и торговли РФ и Министерством здравоохранения и социального развития РФ при участии других органов исполнительной власти, общероссийских объединений работодателей и профсоюзов. Победители определяются на основе инфо-карты о состоянии социальной работы на предприятии, которая включает около 40 показателей, а также на основе других материалов.

Основываясь на результатах конкурса, Институт экономики и управления промышленности проведет для представителей компаний серию семинаров «Практика совершенствования социальной работы на предприятиях».

РСПП ПРИЗВАЛ К УЧАСТИЮ В ПРОЕКТЕ «ШАНС НА УСПЕХ»

МОСКВА. На правлении РСПП был представлен проект «Шанс на успех», направленный на социализацию выпускников детских домов, интернатов и других сиротских учреждений. Коммерческие компании принимают одного или нескольких сирот на стажировку сроком от шести до 12-ти месяцев. Во время трудовой практики подросткам выплачивается заработная плата, по завершении выдаются рекомендательные письма. Возможны и другие формы участия компаний в программе. Например, некоторые выплачивают дополнительные стипендии подопечным программы, которые поступили в вузы. Юридическая компания «Уайт & Кейс» оказывает бесплатную правовую поддержку проекту. В 2004 году IFC совместно с РСПП создали Координационный центр проекта. На сегодняшний день программу поддержали около 20-ти компаний, среди них: «Вимм-Билль-Данн продукты питания», «ВымпелКом», Издательский дом Independent Media,

«Прайсуотерхаускоперс», «Группа Ренессанс Страхование», «ТНК-ВР Менеджмент». Еще около 10-ти компаний рассматривают резюме и подбирают стажеров. Партнерами проекта являются также САФ Россия, Образовательный центр ROOF и другие. 27 подростков уже проходят стажировку в рамках программы. Четыре из них подписали долгосрочные контракты с работодателем. 20 выпускников детских домов нашли работу самостоятельно.

ВЫШЕЛ КАТАЛОГ «ПЕРВОУРАЛЬСК БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ»

ПЕРВОУРАЛЬСК. Фонд «Первоуральск — XXI век» провел презентацию каталога «Первоуральск благотворительный». Исполнительный директор фонда Вера Ананьина и председатель попечительского совета Виталий Вольф представили публике издание, куда вошла информация о директорах промышленных предприятий, руководителях среднего и малого бизнеса, которые активно занимаются благотворительностью. Каталог издан при финансовой поддержке фонда САФ Россия, выделившего 60 тыс. рублей, остальные средства — 140 тыс. рублей — перечислены представителями местного бизнеса. По словам издателей, каталог — своеобразный учебник по истории возрождения меценатства в Первоуральске.

НАГРАЖДЕНА ПОБЕДИТЕЛЬ ПРОЕКТА «ЭКОЛОГИЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

МОСКВА. Двадцать научно-исследовательских проектов студентов и аспирантов 16-ти вузов из 14-ти регионов страны получили поддержку в рамках программы «ЭкоЛогичные технологии». Программа проводится с 2004 г. САФ Россия по инициативе и при финансовой под-

держке компании «БАТ Россия». Задача конкурса — поддержка новых идей, способных улучшить экологическую ситуацию в крупных российских городах.

Проекты могут присылать студенты и аспиранты из всех регионов России. Всего на конкурс поступили 64 заявки от студентов и аспирантов 34-х вузов из 23-х субъектов Федерации. Представленные проекты были направлены на эффективное использование энергоресурсов на предприятиях, снижение влияния производства на среду обитания, эффективную утилизацию промышленных отходов. Авторы лучших проектов получили гранты в размере 1,5 тыс. долларов. Их работы будут опубликованы и распространены среди представителей государственных и муниципальных органов, коммерческих компаний и экологических организаций.

АЭРОПОРТ «КОЛЬЦОВО» ПРИЗНАН ЛУЧШИМ

ЕКАТЕРИНБУРГ. ОАО «Аэропорт «Кольцово» заняло первое место во всероссийском конкурсе «Российская организация высокой социальной эффективности», организованном Министерством экономического развития и торговли РФ. Награждение победителей состоится 16 марта в Государственном Кремлевском дворце (Москва). «Кольцово» реализует программы, связанные с повышением образовательного уровня персонала, подготовкой молодых кадров, обеспечением максимальной безопасности труда на производстве. Коллективный договор предприятия предусматривает различные меры социальной защиты. Среди них, в частности, дотации и единовременные пособия, премии и дополнительные выплаты. В период отпусков все работники и члены их семей имеют возможность пройти лечение в лучших меди-

цинских учреждениях РФ. «На протяжении многих лет, — отмечает директор по социальным вопросам ОАО «Аэропорт «Кольцово» Александр Выходцев, — наше предприятие несет социальную ответственность не только перед своим коллективом, для которого мы создаем максимально благоприятные условия труда и отдыха, но и перед жителями поселка Кольцово, где находится аэропорт. Получают нашу помощь и те, кому ежедневно нужна материальная поддержка, будь это детский дом, школа, дом престарелых, театр или церковь. Всего в 2004 году на внешние и внутренние социальные программы было затрачено свыше 20 млн. рублей».

КОМПАНИЯ «РУСАЛ» ПОДДЕРЖИТ ПРОЕКТЫ ПО СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ ДЕТЕЙ-СИРОТ

МОСКВА. Компания «РУСАЛ» и САФ Россия объявили открытый конкурс проектов, направленных на развитие навыков самостоятельной жизни у сирот, а также на обучение работников детских учреждений новым эффективным методикам в этой сфере. Конкурс проводится в рамках программы «С «РУСАЛОМ» в завтрашний день». Ее цель — подготовка воспитанников детских домов и интернатов к самостоятельной жизни. В ходе программы оказывается поддержка организаций и учреждений для сирот в регионах присутствия компании (материальная помощь детским домам, интернатам и центрам, профессиональное развитие педагогов, работа с воспитанниками). В 2004 г. «РУСАЛ» взял шефство над социально-реабилитационным центром «Гаврош» (Братск, Иркутская область). Теперь компания решила предоставить региональным НКО (в том числе государственным, муниципальным и общественным) возмож-

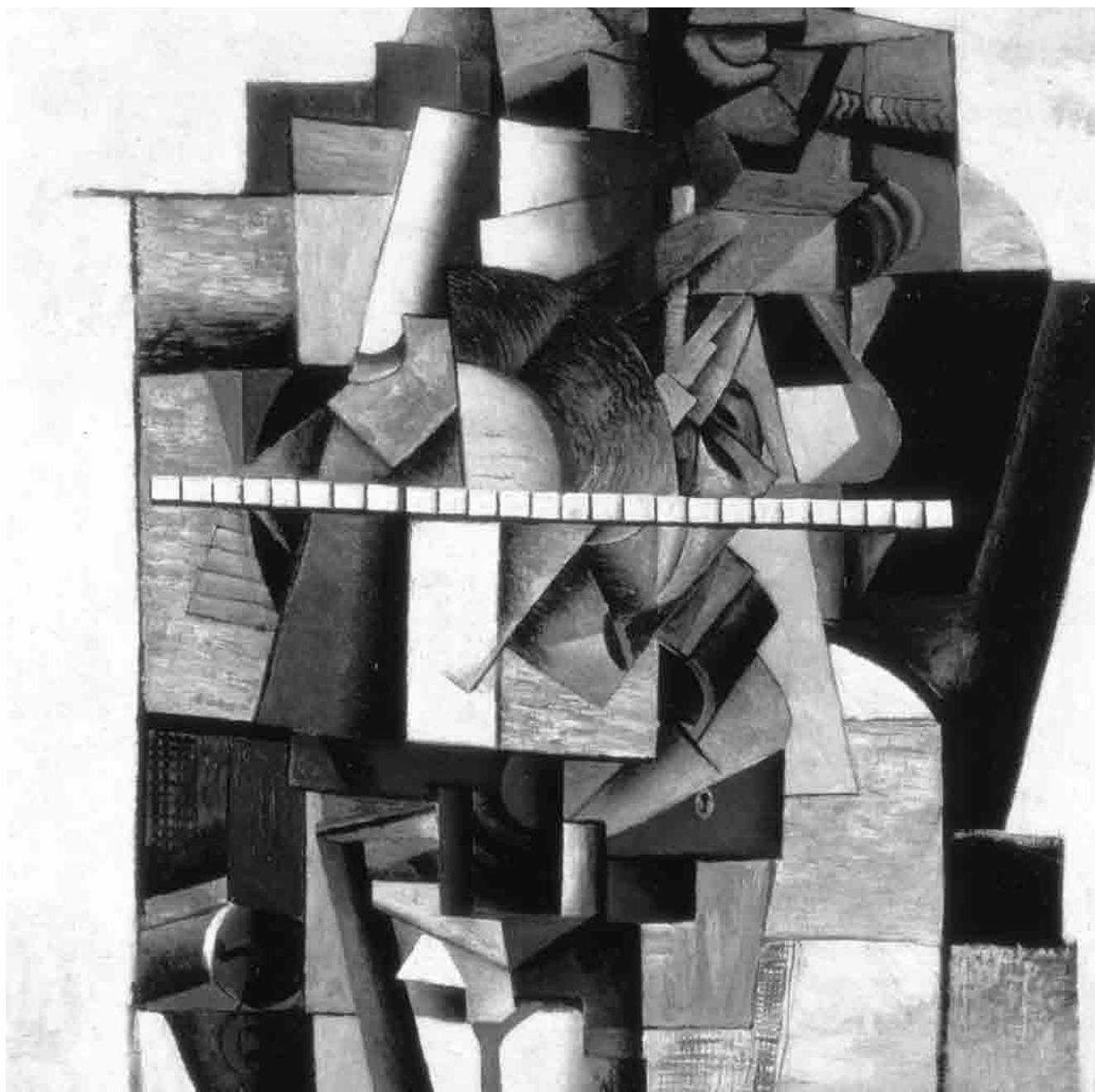
Вернисаж*Павел Федотовский. Медуза. 1882 г.*

ность разработать и воплотить проекты по социальной адаптации и реабилитации сирот. Проекты охватят социально-реабилитационный центр «Гаврош», школу-интернат №68 (Новокузнецк, Кемеровская область), детский дом «Ласточка» (Саяногорск, Республика Хакасия). К участию в конкурсе приглашаются организации Кемеровской, Иркутской, Новосибирской, Томской и Омской областей, имеющие успешный опыт реализации проектов по оказанию помощи детям-сиротам и работающим с ними организациям. Грантовый фонд конкурса составляет 1 млн. рублей. Максимальное финансирование проекта, если он будет реализован в одном из перечисленных учреждений, составит 330 тыс. рублей, в нескольких — 550 рублей. Победители будут определены в апреле 2005 г. Предпочтения будут отдаваться проектам, «направленным на долгосрочные результаты, обеспечивающим системные позитивные изменения в работе детского учреждения».

**РОССИЙСКИЙ «ФОРУМ
ДОНОРОВ» ВПЕРВЫЕ
ВОЗГЛАВИЛА РОССИЙСКАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ**

В конце февраля фонд «Династия» возглавил «Форум доноров» — коалицию крупнейших российских и западных грантодающих и благотворительных организаций. Российская организация встала во главе Форума впервые. Председателем совета Форума стала исполнительный директор «Династии» Елена Чернышкова. Она сменила на этом посту Николаса Дейчакивского из фонда Ч. С. Мотта.

По словам Е. Чернышковой, с 2000 г. благотворительный сектор в нашей стране развивается бурно, при этом не только растет количество благотворительных программ бизнеса, но и постепенно увеличивается число оте-

Вернисаж*Казимир Малевич. Портрет М.В. Матюшина. 1913 г.*

чественных благотворительных и некоммерческих фондов. Доля частных российских фондов в общем объеме средств, расходуемых на благотворительность организациями-участниками Форума, достигла половины и продолжает расти. Так, в 2003 году на филантропические проекты российские участники Форума доноров потратили 55 миллионов долларов, а западные част-

ные фонды — 51 миллион. Еще 52 млн долларов приходится на программы, финансируемые правительствами иностранных государств. «Тот факт, что «Династия» возглавила Форум Доноров, стал еще одним подтверждением усиления влияния и роли российских благотворительных организаций в решении социальных вопросов и формировании некоммерческого сек-

тора в нашей стране», — говорит Елена Чернышкова.

Недавний опрос, проведенный исследовательской группой «Циркон» по заказу Форума доноров в 40 субъектах РФ, показал, что россияне мало осведомлены о деятельности благотворительных организаций. Поэтому одним из основных направлений своей работы в этом году Е. Чернышкова считает повы-

шение информационной открытости Форума. Уже разработана стратегия, согласно которой Форум доноров начинает активную деятельность по установлению связей с обществом и властью. Создан комитет по взаимодействию с органами власти, а также комитет по связям с общественностью. В планах последнего - создание клуба журналистов и экспертного сообщества, состоящего из людей, к мнению которых в обществе прислушиваются.

Кроме того, в ближайших планах Форума доноров - развитие сотрудничества с компаниями и корпорациями, осуществляющими масштабные благотворительные программы. С целью привлечения корпораций к работе Форума в этом году будет введена специальная категория членства, благодаря которой отечественный бизнес получит возможность участвовать в развитии некоммерческого сектора.

ПЕНЗЕНСКИЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ Н.ЛЕЖИКОВА ВСТРЕТИЛАСЬ СО СТИПЕНДИАТАМИ ИМЕННОГО ФОНДА

ПЕНЗА. В офисе компании «Стройдизайн-консалтинг» состоялась встреча стипендиатов фонда Надежды Лежиковой с руководством компании. Ее директор Надежда Лежикова учредила собственный стипендиальный фонд два года назад. За это время 25 студентов университета архитектуры и строительства стали его стипендиатами. Некоторые уже закончили университет и работают на ведущих строительных и промышленных предприятиях области, в том числе в компании. На встрече обсуждались вопросы предоставления отсрочки от армии, трудоустройства выпускников, приобретения собственного жилья и участия в ипотечных программах для молодых семей и

«монетизации» льгот. Руководство компании планирует продолжать практику предоставления стипендий для университета в 2005–2006 гг. Очередной конкурс будет объявлен в июне. Администрирование стипендиального фонда Надежды Лежиковой осуществляет фонд местного сообщества «Гражданский союз».

ОПРЕДЕЛЕНА СТИПЕНДИАТЫ ФОНДА ПОТАНИНА

ТОМСК. В Томском государственном университете состоялась церемония награждения стипендиатов благотворительного Фонда Владимира Потанина. В Сибирском федеральном округе победителями конкурса стали 170 студентов сибирских вузов, которым назначена годовая стипендия в размере 2 тыс. руб. ежемесячно, и 17 молодых преподавателей, которые получают гранты в размере 36 тыс. руб. Главные критерии — не только отличная учеба и научные достижения, но и наличие у претендентов организаторских способностей, лидерского потенциала и задатков управленца. Стипендиаты приняли участие в деловой игре «Томск — город 21-го века». С помощью представителей бизнеса, власти, СМИ и некоммерческих организаций студенческие команды разрабатывали проекты, направленные на развитие Томска (Коммерсант)

ПРЕДСТАВИТЕЛИ НКО, БИЗНЕСА И ОРГАНОВ ВЛАСТИ ВСТРЕТИЛИСЬ В «ЗЕЛеной ГОСТИНОЙ» ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ

МОСКВА. В рамках первой встречи в «Зеленой гостиной» представители общественных организаций, органов власти и бизнеса обсудили возможности сотрудничества в области экологического просвещения и сохранения природного наследия

Москвы. Сегодня на территории столицы находится 14 особо охраняемых природных территорий (ООПТ). Сеть парков, лесов и островов живой природы создает благоприятные условия для жизни горожан. Однако большинство ООПТ нуждаются в защите от загрязнения и вырубки лесов. Правительство Москвы предпринимает меры по охране ООПТ, но их недостаточно. «Нужна финансовая поддержка на реализацию адресных, новаторских проектов, на которую не хватает денег у государства. Поэтому так важна роль социально ответственного бизнеса, — говорит заслуженный эколог РФ, лауреат Международной премии Ф.Паккарда Всеволод Степаницкий. Опыт реализации подобных проектов уже есть. Директор эколого-просветительского центра «Заповедники» Наталья Данилина рассказала, что совместно с компаниями «Бритиш Американ Тобакко Россия» («БАТ Россия»), «Перфетти Ван Меле», а также московскими правительственными структурами были реализованы такие экологические программы и проекты, как разработка и обустройство маршрута Лесной опытной дачи Петровско-Разумовского заказника (и других экологических троп), проведение детских исследований, организация экопраздников, общественная помощь в посадке деревьев, организация детского экологического движения «Друзья заповедных островов» и др. Были представлены и новые проекты, которые Н.Данилина условно разделила на три направления. Программа «Зеленый круг» предусматривает проведение исследования, поддержку и развитие природных парков. Второе направление — развитие и объединение детских и молодежных движений. В этом году будет проведен III Всероссийский слет друзей заповедных

островов. Третье включает создание базы фотографий по ООПТ — фотобанка «Заповедный мир России».

Также экоцентр «Заповедники» и Фонд Дмитрия Зимина «Династия» планируют создать интерактивный естественно-научный образовательно-развлекательный комплекс «Сфера жизни». На его территории (около 10 тыс. кв. метров) разместят выставочный зал для экспозиции, включающей всю систему ООПТ.

ФОНД ALCOA РЕАЛИЗУЕТ ПРОГРАММУ ПОДДЕРЖКИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ИНИЦИАТИВ В ЧЕХОВСКОМ РАЙОНЕ

ЧЕХОВСКИЙ РАЙОН (МОСКОВСКАЯ ОБЛ.). САФ Россия при финансовой поддержке фонда Alcoa приступили к новому циклу программы вовлечения общественности в решение социальных вопросов в Чехове и Чеховском районе. Фонд развития некоммерческих организаций «Школа НКО», учрежденный САФ Россия, провел серию обучающих семинаров по социальному проектированию для некоммерческих организаций района. Это позволит НКО и муниципальным учреждениям подготовить заявки на конкурс грантов «Социальная проблема - эффективное решение» (второй этап программы). В этом году ее организаторы определили в качестве основной тематики конкурса — развитие социальных услуг для детей и молодежи.

Проекты, представленные на конкурс, должны быть направлены на развитие молодежных инициатив, решение проблем наиболее уязвимых групп детей и молодежи, социальную адаптацию детей с ограниченными возможностями. Гранты в размере от 500 до 1000 долларов будут выделены на реализацию

10–12-ти проектов. Общий грантовый фонд составит в этом году \$10 тыс.

Фонд, созданный алюминиевой корпорацией Alcoa, осуществляет социальные программы в регионах присутствия компании. С 1999 г. он реализует программу вовлечения общественности в решение социальных вопросов в Чеховском районе, где расположен один из заводов корпорации. Ее цель — развитие местных некоммерческих организаций и поддержка общественных инициатив по оказанию помощи социально незащищенным группам населения. Кроме того, программа стимулирует поиск новых эффективных решений социальных проблем. В 2004 г. объем грантового фонда увеличился с \$7 до 10 тыс.

БИЗНЕС ГОТОВ ДАТЬ ДЕНЬГИ ТОМУ, КТО ЗНАЕТ, КАК ЭФФЕКТИВНО ИХ ПОТРАТИТЬ

МОСКВА. Бизнес готов дать деньги, но лишь тому, кто действительно в них нуждается и сможет использовать их по назначению, а потом грамотно отчитаться о судьбе выделенных средств. Представитель АКБ «Росбанк» Анна Плотникова считает, что «поддерживать нужно не того, кому хуже всех, а того, кто знает, как сделать лучше». Об этом она заявила на церемонии вручения грантов некоммерческим благотворительным организациям, прошедшей в театре «Современник».

В этом году «Росбанк» совместно с Детским фондом ООН (UNICEF) подвели итоги VI Открытого общероссийского конкурса грантов в социальной сфере в рамках благотворительной программы «Новый день». Управляет ей Российское отделение Британского благотворительного фонда «Charities Aid Foundation» (CAF Россия).

Конкурс направлен на оказание помощи детям посредством искусства и спорта. На конкурс поступило 36 заявок из Москвы. Из них были выбраны следующие проекты: «Поверь в себя» — автономной некоммерческой благотворительной организации «Волшебный ключ», «Мастер-класс «Проба пера» — межрегиональной общественной благотворительной организации «Орден милосердия и социальной защиты», выставка «Тюрьма глазами подростка» — Центра содействия реформе уголовного правосудия, «Терапевтические занятия искусством с детьми с особенностями психоречевого развития» — фонда «Шаг навстречу» и «Реабилитация детей-жертв насилия посредством искусства» — благотворительного фонда «Защита детей от насилия». Анна Плотникова также сообщила, что без эффективного сотрудничества со средствами массовой информации такого успеха добиться, может, и не получилось бы. Поэтому «Росбанк» решил отметить работу наиболее активных представителей СМИ, писавших на эту тему. Дипломы получили газета «Ведомости», «The Moscow Times», «Комсомольская правда» и «Известия». Программа же стала победителем конкурса Института «Открытое общество» (Фонд Сороса) — «Социальное партнерство — новые решения». Она также особо отмечена Нью-Йоркским институтом по изучению благотворительной деятельности как одна из наиболее эффективных благотворительных программ в России.

ПО ДАННЫМ КОМПАНИИ AVON, РОССИЯНКИ НЕ ДОСТАТОЧНО СЕРЬЕЗНО ОТНОСЯТСЯ К ПРОБЛЕМЕ РАКА ГРУДИ

МОСКВА. Компания Avon, организатор международной

благотворительной программы «Вместе против рака груди», провела социологическое исследование среди россиянок, чтобы выяснить их осведомленность об этом заболевании. В Москве, Санкт-Петербурге, Воронеже, Ростове-на-Дону, Самаре, Екатеринбурге и Новосибирске была опрошена 1 тыс. человек. Все они слышали об этом заболевании, но только 63% знают, что оно излечимо на ранних стадиях. Более 60% респонденток согласны, что маммографическое обследование нужно проходить ежегодно. Однако 37% женщин признались, что никогда не обращались к врачу по поводу диагностики состояния молочной железы. Еще 29% обращались к врачу более года назад. Лишь 34% опрошенных проходили обследование в течение последнего года. Основные методы ранней диагностики рака груди (УЗИ и маммография) смогли назвать 46% и 33% респонденток соответственно. Россиянки не достаточно серьезно относятся к проблеме рака груди. В РФ программа реализуется с осени 2002 г. В ее рамках проводится бесплатное обследование женщин с помощью передвижного маммографического комплекса. За 2003–2004 год мобильная лаборатория объехала около 25-ти городов.

Для финансирования программы Avon выпускает серию товаров с розовой ленточкой — международным символом борьбы против рака груди. За два с половиной года было выручено более 1,7 млн долларов. Компания также провела исследование, посвященное отношению россиянок к благотворительности. В опросе участвовала 1 тыс. женщин. Более трети из них ответили, что доверяют благотворительным программам. 31% опрошенных заявили, что их отношение продиктовано фигурой их организаторов, 67% — что бу-

дут лучше относиться к компании, если узнают о ее благотворительной деятельности. А 43% готовы лично принять участие в филантропических проектах. По данным исследования, 24% респонденток сами делали пожертвования.

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД ТПП РФ ПРИЗВАЛ БИЗНЕСМЕНОВ ПОМОГАТЬ ДЕТЯМ

МОСКВА. Поддержку программам фонда уже оказали около 180 компаний. За неполных три года работы организации пожертвования представителей бизнеса составили 126 млн. рублей, из них 55 — в 2004 г. Об этом сообщил генеральный директор Благотворительного фонда Торгово-промышленной палаты РФ «Центр помощи беспризорным детям» Евгений Комаров на совместном заседании совета фонда и правления «Меркурия-клуба», посвященном социальной ответственности бизнеса. По его словам, представителей ТПП РФ подтолкнуло к созданию фонда плачевное положение сирот и систематическое недофинансирование детских домов, школ-интернатов, приютов и социально-реабилитационных центров. Представители организации провели исследование, собрав информацию о количестве этих детских учреждений и их нуждах. Как отметил Е. Комаров, в первую очередь ТПП направляла средства самым малообеспеченным из них. В 2004 г. многопрофильную помощь получили около 500 организаций, работающих с детьми-сиротами, из 66-ти регионов, всего же за время работы фонда — более 800 учреждений из 84-х субъектов Федерации. В настоящее время Центр помощи беспризорным детям реализует благотворительные программы «Наш детский дом», «Проверь в себя» и «Дети Беслана». Вице-

спикер СФ РФ Александр Торшин предложит членам совета фонда начать совместную работу по подготовке законодательных инициатив по улучшению положения сирот. Его поддержал президент фонда и ТПП Евгений Примаков.

ЗАКОНОПРОЕКТ О МЕЦЕНАТСТВЕ

МОСКВА. Комитет по культуре Госдумы провел пресс-конференцию, на которой представил проект закона «О регулировании меценатской деятельности», который намерен в очередной раз внести на рассмотрение Думы во время весенней сессии. «На сегодняшний день российское законодательство ориентировано на получателей помощи, — считает эксперт Государственной думы, доцент юридического факультета МГУ Елена Абросимова. — Те же, кто ее оказывает, никак не защищены. Проект закона, подготовленный Комитетом по культуре, предлагает выделить меценатов из всех благотворителей. Цель — стимулирование деятельности по поддержке культуры, что предполагает возможность создания налоговых льгот. Однако для реализации такого закона потребуются изменения в Налоговом кодексе. Если они будут приняты, то это может послужить первым шагом в области защиты интересов дающего и дальнейшего изменения законодательства в пользу остальных благотворителей».

*По материалам
АСИ, РИПТИ,
Sovetnik.ru,
CAF Россия,
REGNUM,
РосБалт,
соб. инф.*

В России собственное понимание ответственности

Стивен Шмида

бывший директор московского отделения фонда «Евразия»,
основатель международного консультационного агентства «Аврора»



За последний год в Москве участие в дискуссиях о корпоративной социальной ответственности

(КСО) стало неотъемлемым элементом деловой практики. Едва ли проходит неделя без конференции на эту тему в каком-нибудь подходящем respectable отеле, где представители правительства, ведущих компаний и зарубежные консультанты собираются вместе поговорить о КСО и ее значении для бизнеса в России. Кто бы мог подумать, что многочисленные разговоры на эту тему приведут к тому, что КСО станет новой «мантрой» для российского бизнеса, несмотря на то, что корпоративная социальная ответственность в международном понимании этого словосочетания по-прежнему остается слабо развитой в стране.

Практически сразу, с представлением концепции КСО в России, она была кооптирована правительственными кругами, а ее понимание сведено к полной уплате налогов, подчинению требованиям государства и невмешательству в политику. Такое искажение смысла КСО — очередная беспроигрышная попытка Кремля утвердить вертикальную структуру власти и законопорядок в стране. В России политические интересы к концепции КСО находятся в явном

контрасте с международной практикой, где стейкхолдеры (потребители, работники и поставщики) являются ее основной движущей силой. Политизируя термин, российское правительство рискует сделать корпоративную социальную ответственность лозунгом подчинения частного сектора узким интересам государства.

Бизнес-сообщество России достаточно ясно осознало суть такой постановки вопроса: платить налоги и соблюдать закон — к такому заключению относительно определения КСО пришли представители российских компаний. Следование закону и полная уплата налогов — это, безусловно, важно. Но быть «легальным» — не значит быть «социально ответственным». В международном понимании деятельность в области КСО выходит за рамки определенного законом минимума и не сводит задачу бизнеса только к извлечению прибыли. Максимизация прибыли в рамках концепции КСО должна реализовываться через политику устойчивого развития в области охраны труда, окружающей среды и социальной сферы.

Итак, к каким последствиям может привести такое искажение самой сути концепции, и кому бы следовало задуматься об этом? И вообще, не является ли корпоративная социальная ответственность для российского делового сообщества всего лишь кратковременным увлечением

западной бизнес-идеей? Несмотря на то, что КСО, действительно, может выглядеть как очередное «модное словечко», которое вскоре уйдет в прошлое, есть две причины, почему российским компаниям, а в особенности добывающим, следует серьезно отнестись к этим проблемам. Обе причины могут оказать серьезное влияние на эффективность их деятельности.

Во-первых, растет число отечественных компаний, которые приобретают значительные активы в западных странах или используют международные финансовые рынки для мобилизации капитала. Привлечение ресурсов для этих компаний осложнено тем, что им приходится постоянно быть под пристальным вниманием скептически настроенного делового сообщества. Избежать в этих условиях излишнего внимания, а следовательно, снизить стоимость капитала и премию за риск возможно только при реализации серьезной комплексной стратегии КСО, демонстрирующей приверженность организации социальным и экологическим принципам.

Вторая причина относится к деятельности предприятий на территории России и связана с последними государственными реформами. За последние несколько лет федеральное правительство передало бремя финансирования правительственных программ региональным и местным администрациям, и в то же

время уменьшило их возможность покрывать возросшие издержки фискальными методами. Столкнувшись с непреодолимыми финансовыми трудностями и необходимостью «латать дыры» в бюджете, местные администрации стали оказывать еще большее давление на расположенные на их территориях предприятия.

В России эта тенденция особенно опасна для крупных компаний, предприятия которых находятся в отдаленных слаборазвитых регионах, администрация которых, похоже, рассматривает бизнес как средство от всех местных социальных и экономических болезней. Эта проблема только обострится со вступлением в

силу в 2006 году новой реформы местного самоуправления.

И только проводя активную корпоративную социальную политику, четко определяющую области ответственности, и распределяя ресурсы — человеческие, финансовые и натуральные — в соответствии с выбранными приоритетами, компания может значительно снизить количество обращений о помощи со стороны местной власти при возникновении очередной «дыры» в бюджете. Четкое определение зоны своей ответственности может также помочь предприятию лучше соответствовать ожиданиям местного сообщества и вносить свой вклад в его развитие без ущерба для собственной эффективности.

Чтобы умиротворить политиков, многие российские компании притворно соглашаются с правительственным понятием КСО, в то время как выгода бизнеса является более решающим аргументом для многих из них. За счет снижения стоимости своего капитала и ограничения просьб о подаянии местных властей, действующая стратегия КСО экономит гораздо больше, чем стоит.

*Перевод сделан по публикации
«Moscow Times»
Викторией Базученко,
аналитиком агентства
Imageland PR для
«Бизнес & общество»*

Вернисаж



Николай Зверев. «Фетта» нападет (С мямом - Фанне). 1930 г.

МАНИПУЛИРОВАНИЕ ИЛИ ВЛИЯНИЕ: ЧТО ПРЕДПОЧЕСТЬ?

Манипулятор и актуализатор: две разные стратегии жизни

В прошлом номере в статье «Чтобы власти не бояться, ее надо уважать» директор Института психогенетики Людмила Мосина поделилась мнением о том, как следует строить отношения с представителями власти. Новый материал автора является продолжением серии статей о психологических аспектах бизнес-общения и посвящен секретам успешного управления.

Людмила Мосина

директор Института психогенетики



Выделяют четыре основных типа манипулятивных систем.

1. Активный манипулятор

пытается управлять другими с помощью активных методов. Он ни за что не станет демонстрировать свою слабость и будет играть роль человека, полного сил. Как правило, он пользуется при этом своим социальным положением или рангом: руководитель, учитель, босс. Он становится в психологическую позицию «сверху», опираясь при этом на бессилие других и добиваясь контроля над ними. Его любимая техника — «обязательства и ожидания», принцип табели о рангах.

2. **Пассивный** манипулятор — противоположность активного. Он прикидывается беспомощным и глупым, общается с психологической позиции «снизу». В то время как активный манипулятор выигрывает, побеждая противника, пассивный манипулятор выигрывает, терпя поражение. Позволяя активному манипулятору думать и работать за него, пассивный манипулятор одерживает сокрушительную победу. И лучшие его помощники — вялость и пассивность.

3. **Соревнующийся** манипулятор воспринимает жизнь как по-

стоянный турнир, бесконечную цепочку выигрышей и проигрышей. Себе он отводит роль бдительного бойца. Для него жизнь — это постоянная битва, а люди — соперники и даже враги, реальные или потенциальные. Он колеблется между позициями «сверху» и «снизу» и являет собой смесь пассивного и активного манипулятора.

4. **Безразличный** манипулятор играет в безразличие и индифферентность. Старается уйти, устранить от контактов. Его девиз: «Мне наплевать». На самом деле ему не наплевать, иначе он не стал бы затевать сложную манипулятивную игру. В безразличность часто играют ценные специалисты. Игра «Угрожать уходом» служит прекрасным примером того, как манипулятор пытается завоевать партнера.

Философия активного манипулятора зиждется на том, чтобы главенствовать и властвовать во что бы то ни стало.

Философия пассивного манипулятора — никогда не вызывать раздражения.

Философия соревнующегося манипулятора — выигрывать любой ценой.

Философия безразличного (индифферентного) манипулятора — отвергать заботу.

Это очень важно понимать, поскольку манипулятор, как

бы хитер он ни был, предсказуем. И если правильно «поставить ему диагноз», то совсем не сложно прогнозировать его поведение в той или иной ситуации.

Хотите быть непредсказуемым? Становитесь актуализатором.

История: Однажды небольшая театральная труппа маленького городка в одной из пьес исчерпала

Вернисаж



*Николай Зарфков.
Девушка с рейсштой. 1929 г.*

весь свой состав актеров и вынуждена была привлечь к спектаклю постороннего человека. Он не был актером, но ему и играть-то не следовало. Надо было сказать лишь одну фразу после того, как выстрелит ружье: «Господи, меня застрелили!»

Отметим, этот посторонний оказался на редкость бездарным, даже простейшая реплика ему не давалась. Репетировали, репетировали — все напрасно. Тогда режиссер решил пойти на крайнюю меру. Он зарядил ружье солью, надеясь, что вместе с болем эта бездарь почувствует свою маленькую роль.

Настал вечер спектакля. Бездарь прогуливается по сцене, ружье стреляет, соль причиняет ему острую боль, он видит кровь!.. «Боже! — вопит он. — Они на самом деле меня застрелили!»

Хорошо, искренне, на уровне лучших мастеров сцены. Но, увы, это была совсем не та реплика.

Вернисаж



Николай Зафреков.
Спортсменка. 1928 г.

Некоторые контрастные характеристики крайних типов

Манипуляторы	Актуализаторы
1. Ложь (фальшивость, мошенничество). Используют приемы, методы, маневры. Разыгрывают роли.	1. Честность (прозрачность, искренность, аутентичность).
2. Неосознанность (апатия, скука). Не осознают действительного значения жизни.	2. Осознанность (интерес к жизни). Хорошо видят и слышат себя и других. Способны сформировать свое мнение и выражать его.
3. Контроль (закрытость). Стараются контролировать ситуацию; их тоже кто-то контролирует."	3. Свобода, спонтанность, открытость. Они — хозяева своей жизни.
4. Цинизм. Не доверяют ни себе, ни другим. Делят людей на две категории: тех, кто контролирует, и тех, кого контролируют.	4. Доверие к процессу жизни, к себе и другим людям.

Абрахам Маслоу называл самоактуализирующимися личностями тех, кто живет полной жизнью; более полной, чем средний индивид. Речь идет не о судьбе, не о везении, а об умении использовать свой внутренний потенциал.

Манипулятор — это очень занятый человек. Он занят тем, что контролирует других, и поэтому не слышит и не видит многого из того, что происходит вокруг. Манипулирование незаметно делает его слепым. В результате он может хорошо и прочувствованно говорить о красоте заката, но у него не дрогнет душа, когда он увидит закат своими глазами. Он утрачивает способность по-настоящему переживать, по-настоящему радоваться. Он не всегда болен, но всегда слишком занят, чтобы жить нормально и полноценно.

Стиль жизни манипулятора базируется на четырех китах:

- ложь,
- неосознанность,
- контроль,
- цинизм.

Киты, на которых стоит актуализатор, — это:

- честность,
- осознанность,
- свобода,
- доверие.

Переходный период от манипуляции к актуализации представляет собой движение от апатии и нарочитости к жизненности и спонтанности.

Актуализатор находится в большей безопасности, чем манипулятор, поскольку понимает, во-первых, то, что он уникален; во-вторых, что его уникальность — это ценность.

Актуализатор ищет в себе самобытность и уникальность. **Манипулятор**, наоборот, загоняет свою самобытность вглубь и повторяет, копирует, тиражирует чьи-то поведенческие модели. Мартин Бубер говорил: "Каждая личность, рожденная в этом мире, представляет собой нечто особенное, никогда не существовавшее прежде, новое, оригинальное, уникальное. Каждый обязан все время помнить, что никогда прежде на свете не жил никто, подобный ему, и каждый поэтому призван осуществить свою особенную миссию в этом мире...".

Актуализатор предпочитает подлинный контакт, **манипулятор** — дистантные отношения, отношения «масок».

Актуализатор — цельная личность, поэтому его исходная позиция — осознание самооценности. **Манипулятор** — разорванная, нецелостная личность, он исходит из позиции нехватки, недостаточности.

Действия манипулятора проходят под знаком того, что его собственная недостаточность может быть преодолена путем борьбы с собой («плохими» частями себя) и окружающими. Для него жизнь — это битва со своей стратегией и тактикой, приемами и играми, необходимыми для выживания. Проиграв ту или иную битву, он чувствует, что потерял все. **Актуализатор** воспринимает жизнь как процесс роста; и те или иные свои поражения или неудачи воспринимает философски, спокойно, как временные трудности, которые делают его сильнее.

КАК ПРОТИВОСТОЯТЬ «ВЫЗОВАМ»?

1. Важно не производить впечатления человека, находящегося в безвыходном или затруднительном положении. Выработайте альтернативы на тот случай, если партнер все-таки не примет вашу точку зрения.

2. Преобразуйте нападение на вас в нападение на проблему. Например, замечание типа: «Вы совершенно не разбираетесь в вопросах производства!», можно парировать так: «Какой аспект проблемы я, по-вашему, не принял в расчет?»

3. Избегайте прямого несогласия с собеседником. Вместо «Вы совершенно не правы» спросите: «Учтены ли в данном случае интересы всех заинтересованных сторон?»

4. Представьте его несогласие или решение как одну из многих альтернатив. Например, на фразу: «Надо сделать так, как я сказал», можно ответить так: «Конечно, это — одно из возможных решений. Есть ли еще какие-то, которые подходят вам?»

5. Люди, злоупотребляющие властью, пытаются доказать, что они сильнее. Если вам встретился такой человек и вы не хотите стать мишенью, не прибегайте к словесным нападкам на него — используйте похвалу, поощрение.

6. Решите, за какие вопросы в сложной ситуации стоит бороться, а за какие — нет. Иногда затраты, связанные с попыткой переубедить сильного человека, непропорционально велики.

7. В некоторых случаях злоупотребление властью может вызвать у вас такое чувство негодования, что вам захочется поставить на карту все, чтобы отстоять свою точку зрения. Задайте себе вопрос: «Зачем мне это надо?» и в зависимости

от ответа решите, что для вас важнее: быть правым или счастливым?

8. На возражения и агрессивные выпады собеседника имеет смысл соглашаться по формуле: «Да, и...». Например, на заявление: «Ваши услуги ужасно дорогие, а пользы от них никакой. Один вред!», можно ответить: «Да, и стоимость услуг, и их качество бывают различными, и встречаются разные мнения об их полезности. А что послужило причиной такого мнения у вас?». Нередко только то, что вы внимательно выслушаете человека, может привести к заключению соглашения.

Статья подготовлена по материалам авторского семинара Людмилы Мосиной и ее электронной книги-пособия для дистанционного обучения «Умение строить отношения с ключевыми фигурами», которое можно заказать по тел.: (095) 925 29 53

Вернисаж



Петр Кончаловский. Бой быков. 1910 г.

Новый взгляд на Корпоративную Ответственность. Бизнес план на 21 век

Джефф Сэн

консультант по Глобальному Договору ООН

По мере того, как увеличивается количество государств с системой рыночной экономики, отходящих от экономики планового типа, повышается необходимость в переоценке роли бизнеса в обществе. Отсюда и заинтересованность в корпоративной социальной ответственности.

Концепция о том, что значение бизнеса в обществе давно вышло за рамки заурядного стремления к прибыли, — не миф. Тем не менее, новым в данной концепции является то, до какой степени и как широко она была воспринята. На сегодняшний день инициативы КСО становятся все более востребованными. И, несмотря на то, что значительные результаты еще не достигнуты и заявленное позитивное социальное воздействие только начинает «работать», можно предвидеть, что партнерство бизнеса и общества будет все активнее развиваться по мере того, как КСО становится одной из основных задач корпораций, а не только неправительственных структур, таких как НКО. Понятие корпоративной социальной ответственности является сегодня одним из часто используемых среди профессионалов бизнеса. Нынешние и будущие лидеры рынков воспринимают КСО всерьез. Вы спросите, почему? Ответ прост: потому что они осознают, что им необходимо производить и продвигать общественную продукцию.

Взглянув по-новому на смысл корпоративной ответственности, правительство, бизнес и общест-

во могут предоставить огромные возможности для своих акционеров, партнеров и всех заинтересованных лиц. Применяя в своей деятельности более широкое значение ответственности, компании могут снизить долю риска, повысить продуктивность, обеспечить непрерывное функционирование и конкурентоспособность, а также поддержать мир и безопасность, так необходимые для «здорового» рынка. Государственная власть и общество тоже могут получать выгоду, занимаясь производством общественно полезной продукции. В выигрыше останутся и потребители, осознавая, что они задействованы в процессе, который основан на эффективной и долгосрочной стратегии непрерывной конкурентоспособности.

Для успешной реализации своего бизнес-плана в 21 веке компании необходимо руководствоваться более широким спектром обязанностей. Только при этом условии она может пожинать плоды своего труда и соответствовать новым вызовам времени.

Глобальный Договор ООН может обеспечить уникальную возможность для более широкой интерпретации ответственности.

Как присоединиться к Глобальному Договору?

Глобальный Договор был учрежден в 2000 г. Генеральным Секретарем ООН Кофи Аннаном как добровольная корпоративная гражданская инициатива, которая преследует 2 основные цели — распространять 10 принципов Глобального Догово-

ра ООН и катализировать деятельность в поддержку целей ООН.

Для участия в Глобальном Договоре компания должна:

1) отправить письмо от имени руководителя на имя Генерального Секретаря ООН Кофи Аннана, выражая поддержку Глобальному Договору и его принципам;

2) изменить свою стратегию и ежедневную работу в соответствии с принципами Договора;

3) публично заявить о поддержке Глобального Договора и его принципов с помощью пресс-релизов, различных выступлений и т.д.;

4) опубликовать в ежегодном отчете или соответствующем докладе описание своей деятельности, связанной с поддержкой Договора и его принципов.

Как можно заметить, требования не столь высоки. Это объясняется тем, что Глобальный Договор учитывает различный уровень компаний, их возможности, а также условия, в которых будут применяться принципы.

Что такое корпоративная социальная ответственность?

Существует множество различных определений КСО, корпоративного гражданства и корпоративной ответственности (КО). Корпоративная ответственность подразумевает более широкий взгляд на обязанности компании на всех направлениях, в то время как концепция КСО определяет социальную ответственность как нечто другое, не схожее с иными обязанностями компании. Концепция

корпоративного гражданства тоже несовершенно, так как позволяет компаниям воспринимать филантропию как инструмент корпоративной ответственности по отношению к своим акционерам. Но это не так: филантропия не снимает с коммерческой организации ответственность за общественный ущерб и воздействие на окружающую среду. Концепция КО призывает компании найти взаимовыгодные решения и для стэйкхолдеров. Этот подход приведет к лучшему результату в сфере инвестиций для всех участников бизнеса.

***Универсальность принципов
Глобального Договора***

Без прочного основания, состоящего из универсальных принципов, любая инициатива корпоративной ответственности будет сводиться к бесконечным пространственным дебатам, а значит будет в бездействии. В то же время принципы, которые отличаются своей общедоступностью и содержательностью, могут быть восприняты всеми без исключения. Это и является основным достоинством Глобального Договора — его идеи не основываются на догме или идеологии, а на общепринятых декларациях и концепциях, таких как Всеобщая Декларация Прав Человека.

Нет ни одного аргумента, который бы ставил под сомнение универсальный характер Договора: ни компании, ни потребители, ни акционеры, ни власть, ни общество не могут отрицать уместность этих принципов в глобальном плане построения более совершенного общества, независимо от политической, экономической и религиозной системы государства.

Характер ответственности

Добровольная ответственность более значительна, так как связана с личной заинтересованностью нежеле с возложенными обязанностями. Некото-

рые считают, что Глобальный Договор в силу своего добровольного характера дает компаниям возможность заручиться протекцией ООН в собственных целях. Это опасение было бы обосновано, если бы Договор не был добровольной инициативой, а являлся подконтрольным органом ООН. Предназначение Глобального Договора в том, что он предоставляет ряд принципов, которые являются своего рода руководством для стэйкхолдеров в создании, монито-

ринге и оценке бизнес-плана компании.

Добровольная инициатива

На протяжении многих столетий народы спорили, как наилучшим образом соответствовать своим социальным обязанностям, в том числе в сфере прав человека и окружающей среды. И до сих пор эти дебаты не принесли результатов. Поэтому неразумно ожидать ментальных результатов от компаний. Любой бизнесмен, спортсмен или ученый знает,

Вернисаж



Аршилафх Ленгулов. Автопортрет. 1915 г.

что невозможно добиться цели, не поставив ее. Глобальный Договор и является целью. Путем достижения этой цели является воплощение принципов в позитивное прагматичное социальное воздействие с помощью сотрудничества, а иногда и конкуренции, но всегда перспективной деятельностью стэйкхолдеров.

Конкурентоспособность

Зачастую дебаты на тему корпоративной ответственности сводятся к этическому и моральному аргументам. Это неудивительно. Просто еще слишком рано, да и конкурентоспособный рынок еще слишком неоднороден, чтобы с точностью предсказать, как можно извлечь оптимальную выгоду, используя возможности, которые могут предложить программы корпоративной ответственности. В то же самое время, когда сомнения и неуверенность одолевают тех, кто опасается быть «первопроходцами» в этом направлении, другие уже делают первые шаги и осознают, какие возможности предоставляет им социальная ответственность.

Программы КО должны иметь прагматичную основу — фундамент для надстройки. Главными составляющими этого фундамента являются четыре условия:

1. УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ — основная причина обращения компании к КО.
2. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ — чтобы создать условия, равные для всех.
3. ПОСТОЯННОЕ РАЗВИТИЕ — непрерывное развитие, относится к бизнес-модели компании.
4. МИР И БЕЗОПАСНОСТЬ — основа стабильного и успешного рынка.

От слов к действиям

Практика показала, что следование 10-ти принципам Гло-

бального Договора ООН — задача, сложная даже для опытных, успешных компаний. Процесс разработки бизнес-плана требует сегодня четкого анализа рынка конкурентоспособности. Лидеры бизнеса должны предвидеть, чем им могут помочь финансовые рынки, потребители, добровольные инициативы и т.д. Такое понимание ведет к переоценке концепции ответственности внутри компании, что сопровождается:

- созданием бизнес-плана, в котором соотносятся новые определения ответственности с основной целью компании;

- следованием бизнес-плану, основанному на полном понимании сегодняшних возможностей и рисков;

- установкой базовых принципов, целей и миссии, исходя из наиболее важных вопросов: каковы наши общие цели с потребителями, наемными работниками, акционерами; какова возможная прибыль при пересмотре корпоративной ответственности нашей компании?

Результат подобных действий — повышение продуктивности, эффективный подход к управлению рисками, успешная социальная политика, способствующая стабильности и безопасности на рынке и т.д.

Несомненно, основной ролью бизнеса все равно является получение прибыли, но не любой ценой. Больше невозможно игнорировать социальный фактор и проблемы окружающей среды. Компании должны взять на себя ответственность за негативное воздействие как результат своей деятельности.

К тому же, применяя более широкое определение ответственности бизнеса перед партнерами и акционерами и развивая данный подход в своем бизнес-плане, у компании будут огромные возможности для развития своего бизнеса. Первым шагом к

новым перспективам может стать присоединение к Глобальному Договору ООН и работа по превращению его принципов в реальное позитивное социальное воздействие.

В статье автор выражает свое личное мнение, которое обязательно должно совпадать с общей концепцией Глобального Договора.

Вернисаж



*Музейник Христофор.
Вторая половина XVII века.*

ДОНОРСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ: ЧТО МЫ О НИХ ЗНАЕМ?

Изучению этого вопроса было посвящено экспресс-исследование «Донорские организации в России: осведомленность и ожидания населения», которое провела исследовательская группа «ЦИРКОН» по заказу НПГО «Форум Доноров». Сбор данных по проекту был осуществлен в рамках общенационального опроса общественного мнения Всероссийского Центра Изучения Общественного мнения (ВЦИОМ). В ходе исследования были опрошены 1593 респондента из 40 субъектов РФ (100 населенных пунктов).

Информированность россиян о деятельности донорских организаций

Для анализа общественных настроений россиян по отношению к благотворительным организациям¹ в первую очередь следует выяснить, насколько население вообще осведомлено о деятельности таких объединений.

Согласно результатам исследования, информированность российских граждан о деятельности благотворительных обществ следует признать невысокой: *более половины респондентов (55%) вообще ничего не знают о таких организациях.* Тот или иной уровень информированности демонстрируют около 40% респондентов, при этом лишь каждый десятый участник опроса высказался определенно, т.е. утверждает, что сталкивался с

деятельностью подобных организаций (2%) или знает о них (7%) (Табл. 1).

Скорее всего, низкий уровень информированности населения о работе донорских организаций в России является результатом непрозрачности их деятельности (мало публикаций в СМИ, нет своих печатных и электронных изданий и пр.) и отсутствия у большинства из них региональных отделений. Данное предположение во многом подтверждается результатами опроса: более четверти респондентов считают, что благотворительные организации занимаются сами собой, и их деятельность для большинства граждан не заметна и не важна (Диаграмма 3).

Так, на вопрос «*Можете ли Вы назвать какие-либо организации, осуществляющие в России благотворительную деятель-*

ность?» дали хоть какой-то ответ лишь треть респондентов из 45% более или менее осведомленных в теме, или 15% всей выборки. Чаще всего участники опроса называли "Красный Крест" и Фонд Сороса. Их вспомнили 20% и 17% соответственно от числа респондентов, назвавших хотя бы одну благотворительную организацию (см. Диаграмму 1).

Общественное мнение о деятельности донорских организаций

У большинства россиян (67% опрошенных) не вызывает сомнения тот факт, что благотворительные организации приносят больше пользы, чем вреда. Хотя есть и такие, которые уверены в том, что *благотворительность вредит, поскольку развивает иждивенческие настроения,*

Таблица 1. Уровень информированности россиян о деятельности донорских организаций

Скажите, пожалуйста, знаете или слышали ли Вы что-либо об организациях, занимающихся благотворительной деятельностью (в т.ч. фондах, агентствах, оказывающих финансовую и иную поддержку гражданам и некоммерческим организациям)?	%
Нет, я ничего не знаю о таких организациях	55
Я что-то слышал о таких организациях	31
Да, я определенно знаю о таких организациях	7
Да, я лично сталкивался с деятельностью таких организаций	2
Затрудняюсь ответить	5

¹ Здесь и далее в основном употребляется понятие «благотворительные организации». Для удобства изложения оба термина («донорские» и «благотворительные» организации) используются в отчете как синонимы, хотя в анкете употреблялся только термин «благотворительные» организации.

Диаграмма 1
Осведомленность о донорских организациях²

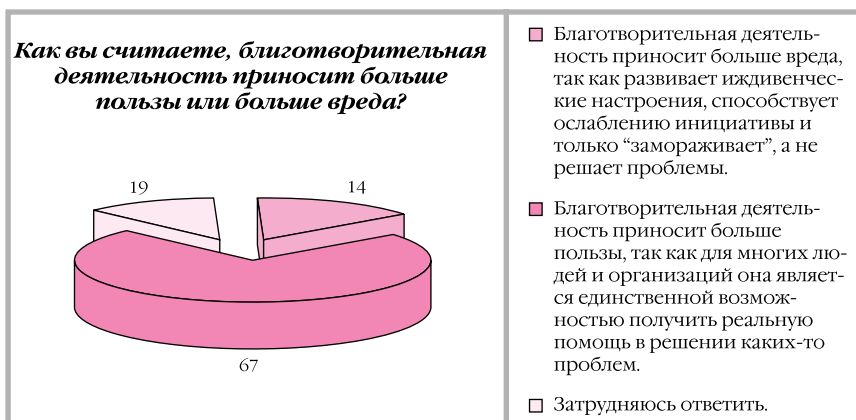


способствует ослаблению инициативы, а не решает проблемы — их около 14% (см. Диаграмму 2). Правда, большинство тех, кто считает деятельность благотворительных обществ вредной (62%), ничего о них не знают.

Наблюдаются существенные различия в отношении к благотворительным организациям в зависимости от некоторых социально-демографических факторов. Так, женщины оценивают их деятельность более позитив-

но, нежели мужчины. Чем моложе, образованнее и благополучнее в материальном плане респондент, тем больше он уверен, что благотворительные организации приносят пользу, а не вред. Существенны различия между жителями крупных городов и мелких населенных пунктов: первые проявляют более лояльное отношение к донорским структурам. Налицо — **зависимость характера отношения к благотворительным организациям от**

Диаграмма 2



осведомленности об их деятельности: чем лучше знают, тем лучше относятся.

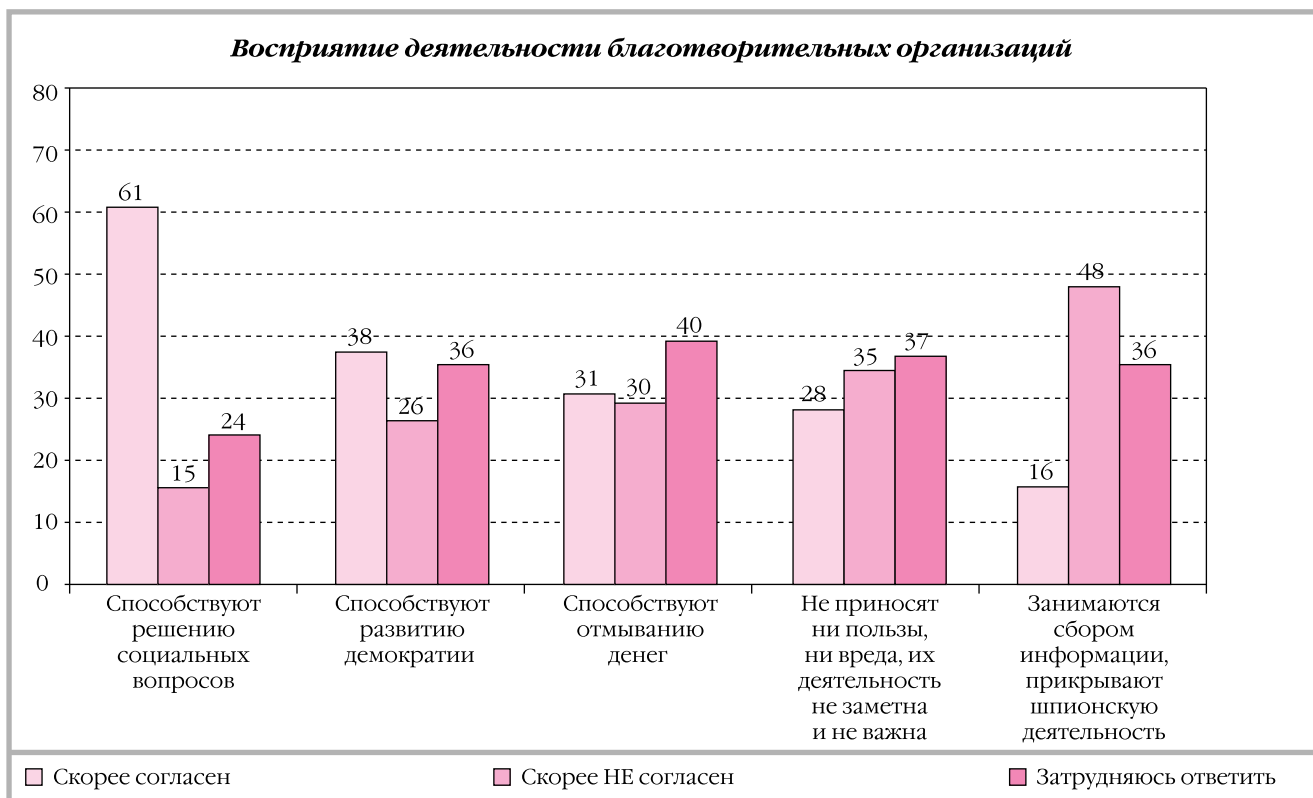
Чтобы конкретизировать отношение россиян к донорским структурам, респондентам было предложено выразить степень своего согласия или несогласия с пятью суждениями, характеризующими деятельность благотворительных организаций. При этом два суждения описывали эту деятельность в позитивных тонах, два — в негативных, а одно было сформулировано нейтрально (см. **Диаграмму 3**).

Анализ распределения ответов показал, что *россияне оценивают деятельность благотворительных организаций неоднозначно*. Наибольшее единодушие участники опроса проявили, оценивая суждение «Благотворительные организации способствуют решению социальных вопросов, осуществляют реальную поддержку нуждающихся организаций и граждан»: свое согласие выразили 61% респондентов, несогласие — вчетверо меньше (15%). Позитивную роль благотворительных организаций в *развитии демократии и становлении гражданского общества* признали лишь немногим более трети россиян (38%), а около четверти с этим не согласились (26%).

В оценке суждений, характеризующих деятельность донорских организаций с отрицательной стороны, общественное мнение также разделилось. С одной стороны, почти половина респондентов (48%) не считает, что они *занимаются сбором информации и шпионской деятельностью* (согласных оказалось лишь 16%). Однако суждение, что *благотворительные общества являются придатками бизнес-структур, способствующими отмыванию денег*, по-

² На диаграмме приводятся доли респондентов в % от общего числа респондентов, назвавших хотя бы одну благотворительную организацию.

Диаграмма 3



лучило поддержку и несогласие в равных долях (31% и 30% соответственно).

Против суждения о том, что *благотворительные организации не приносят ни пользы, ни вреда, так как их деятельность не заметна и не важна*, высказалось 35% опрошенных, за него — 28%.

Таким образом, из пяти суждений только по двум выявлено доминирующее мнение. В *общественном сознании россиян деятельность благотворительных организаций, бесспорно, связывается с решением социальных вопросов, поддержкой нуждающихся организаций и граждан и не воспринимается как «шпионская деятельность»*. По трем другим суждениям превалирующая позиция отсутствует — это, скорее всего, свидетельствует о том, что общественное мнение в отношении донорских структур сформировано слабо.

Следует отметить, что на фоне общероссийских показателей особо выделяются Москва и Санкт-Петербург. В этих мега-

полисах меньше, чем в среднем по стране, жителей, относящихся с недоверием к деятельности благотворительных организаций: 3% подозревают их в шпионаже, в то время как в целом по России таких — 16%; ассоциации с отмыванием денег возникают у 14% жителей этих городов, по России — у 31%. В обеих столицах с меньшим энтузиазмом (20% против 38% по России) выражалась и точка зрения, что благотворительные организации способствуют развитию демократии и становлению гражданского общества в России — по-видимому, это объясняется более высоким уровнем образования респондентов, и, как следствие, более строгим отношением к оценкам суждений идейно-политического толка.

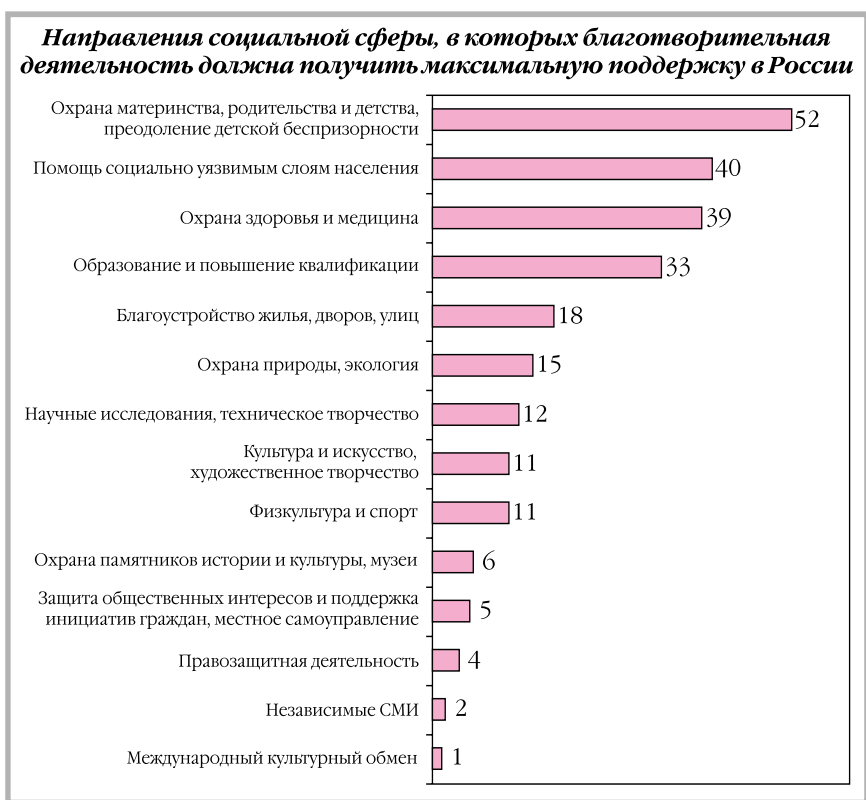
При анализе оценок суждений вновь обнаруживается зависимость характера отношения к донорским организациям от уровня информированности об их деятельности. Среди тех, кто

склонен связывать работу донорских структур со шпионажем и отмыванием денег, больше половины — люди, которые ничего не знают о благотворительных обществах, и треть — те, кто очень слабо информирован об этом. По социально-демографическим показателям к этим двум группам относятся в основном жители сел, респонденты с низким уровнем образования, плохим материальным положением.

Ожидания россиян в отношении направлений деятельности донорских организаций

По мнению российских граждан, приоритетными направлениями социальной сферы для оказания благотворительной помощи являются: охрана материнства, родительства и детства, преодоление детской безпризорности (52%); помощь социально уязвимым слоям населения — инвалидам, престарелым, малоимущим и т.п. (40%);

Диаграмма 4



охрана здоровья и медицина (39%); образование (33%) (см. Диаграмму 4).

Наименее значимыми респондентам представляются такие направления, как международный культурный обмен, независимые средства массовой информации, правозащитная деятельность, защита общественных интересов и поддержка инициатив граждан, охрана памятников истории и культуры.

Таким образом, очевидно, что россияне считают приоритетными те направления деятельности донорских организаций, которые, во-первых, касаются наиболее острых социальных проблем, а с другой — наиболее широких слоев населения (помощь социально уязвимым слоям, детство, здравоохранение и образование).

Сравнивая распределение ответов на данный вопрос с вопросами о наиболее острых социальных проблемах, волнующих россиян (см., например, мониторинги ФОМ, ВЦИОМ и др.), можно обнаружить определен-

ную схожесть "рейтингов" приоритетных направлений благотворительной деятельности и актуальных социальных проблем. Это означает, что при определении приоритетов благотворительности россияне исходят не из специфики донорских организаций, а предъявляют к ним те же запросы, что и к российскому правительству, региональным администрациям и другим органам власти.

Общественное мнение о субъектах благотворительной деятельности

Как показали результаты опроса, россияне не выражают доверия по отношению к иностранным донорским организациям, да и в целом редко выступают за участие зарубежных структур (фондов, общественных организаций, государственных институтов, бизнес-объединений и т.д.) в благотворительной деятельности в России. Наибольшую лояльность к иностранным донорским структурам, да и то только к неза-

висимым благотворительным организациям, демонстрируют респонденты с более высоким уровнем дохода (16% россиян с доходом более 3 тыс. руб. против 9% по России в целом).

В качестве основных структур-доноров респондентам видятся российские организации. При этом наибольшая роль отводится государству (59%), что объясняется, скорее всего, патерналистскими установками, издавна весьма распространенными в массовом сознании россиян. Однако немаловажное значение придается и российским промышленным корпорациям (43%), и независимым благотворительным организациям (41%). Частные лица в роли субъектов благотворительности респондентам видятся реже (25%) (Таб. 2).

Наибольшее число ратующих за государственную благотворительность — среди наименее защищенных слоев населения: это люди пожилого возраста с низким уровнем доходов. Эти респонденты с меньшим доверием, чем остальные россияне, относятся к российским независимым благотворительным организациям.

Люди с достаточно высоким уровнем образования хотели бы возложить благотворительную деятельность на плечи государства, независимых организаций и бизнесменов практически в равной пропорции (хотя и здесь государству отводится первое место).

Больше всего сторонников участия бизнес-структур в донорской деятельности — среди респондентов с высшим образованием, средним уровнем доходов и благосостояния, проживающих в небольших городах. А вот жители мегаполисов в меньшей степени поддерживают участие бизнеса в благотворительности (за участие коммерческих организаций в благотворительности высказались 31% москви-

Таблица 2. Представления россиян о субъектах благотворительной деятельности

Кто, на Ваш взгляд, в первую очередь должен заниматься благотворительной деятельностью в России?	%
Российское государство (государственные организации)	59
Российские промышленные корпорации, бизнес-структур	43
Российские независимые благотворительные организации	41
Частные лица	25
Иностранные независимые благотворительные организации	9
Иностранные государства (правительственные организации иностранных государств)	4
Иностранные промышленные корпорации, бизнес-структуры	4
Затрудняюсь ответить	5

чей и петербуржцев, в то время как по России этот показатель составил 43%).

Отметим, что исследование коммерческих организаций (2002 г.) показывает высокую степень готовности их к участию в благотворительной деятельности. Среди приоритетных направлений оказания помощи — социальная сфера (дети, инвалиды, незащищенные слои), образование и наука,

культура, здравоохранение, экология. То есть наблюдается практически полная симметрия с теми ожиданиями, которые формулируют участники опроса³.

подавляющее большинство россиян (73%) считают, что государство всячески должно поддерживать благотворительные организации (см. Диаграмму 5). То есть даже те, кто не видит государство в качестве одного из

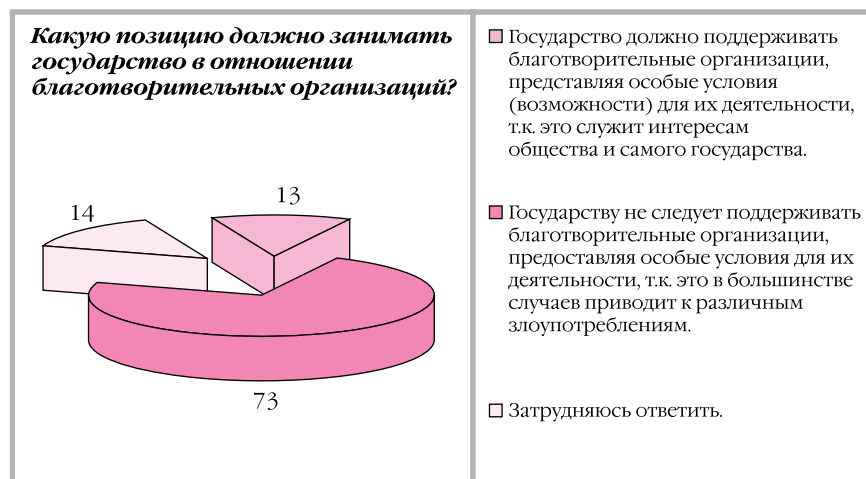
субъектов благотворительности, полагают, что оно должно создавать благоприятные финансово-правовые условия для распространения филантропической деятельности в России.

Типологизация общественного мнения о деятельности благотворительных организаций

Для того чтобы более глубоко и вместе с тем наглядно представить общественные настроения по отношению к организациям, осуществляющим благотворительную деятельность, в ходе анализа данных была произведена типологизация респондентов по их восприятию и оценке донорских структур. В результате удалось выявить четыре основные типологические группы респондентов (см. Диаграмму 6).

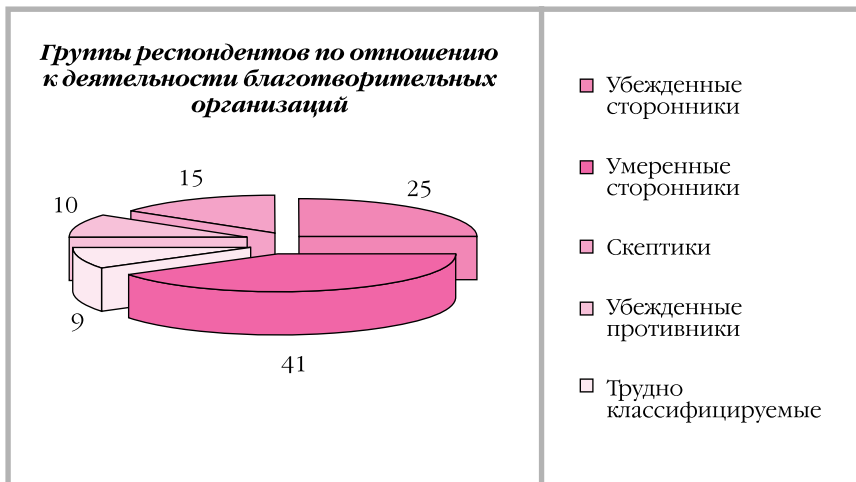
Отметим, что группы получились неравными по объему. Самая многочисленная из них — «умеренные сторонники» — составляет 41% всех опрошенных. При невысоком уровне их инфор-

Диаграмма 5



³ Исследование было проведено Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в рамках проекта «Развития корпоративной филантропии в России», реализуемого российским представителем Charities Aid Foundation на средства, предоставленные Фондом Форда.

Диаграмма 6



мированности они практически по всем вопросам высказывают больше позитивных ответов, чем негативных. В то же время среди них высока доля людей, затруднившихся с ответами. В целом они считают благотворительную деятельность полезной, способствующей развитию демократии, направленной на решение социальных проблем, хотя есть и такие, кто усматривает в донорской деятельности канал для отмывания денег (таких около трети). Представители этой группы единодушны во мнении, что государство должно поддерживать благотворительные организации. В ней преобладают женщины (58% против 42%), больше половины — люди старшего возраста (после 45 лет), чаще всего — с начальным и средним образованием, с низким материальным уровнем, проживающие в небольших населенных пунктах, преимущественно в селах.

Следующая группа — так называемые «убежденные сторонники». Их — 25%. Это наиболее информированные респонденты, не выражающие сомнений относительно пользы благотворительной деятельности. Абсолютно все считают, что благотворительность способствует решению социальных проблем. Они демонстрируют самый высокий уровень лояльности к донорским

структурам. Наряду со значительной поддержкой участия российского государства в благотворительности, считают необходимой активную деятельность российских независимых донорских организаций. Социально-демографический портрет данной группы существенно отличается от характеристик предыдущей. Большинство — респонденты в возрасте до 45 лет. В этой группе больше, чем в других, людей с высшим образованием и хорошим материальным положением, проживающих в крупных городах.

Третья группа — «скептики» (15%). Они демонстрируют **невысокий уровень информированности, и как следствие, больше половины из них практически ко всем вопросам не может сформулировать своего отношения.** И хотя респонденты высказывают некоторую лояльность в оценках, уровень их убежденности в пользе и важности благотворительной деятельности невысок. Недоверие к донорским структурам выражается не только в том, что больше четверти представителей этой группы подозревает их в финансовых махинациях, но, прежде всего, в том, что никто из них не высказывается за необходимость государственной поддержки благотворительности в России. Отметим, что по соци-

ально-демографическим характеристикам «скептики» практически не отличаются от «умеренных сторонников»: в этой группе немного больше жителей крупных городов.

Четвертую группу (10%) представляют «убежденные противники». Это наименее информированная часть россиян. При этом они выражают самые негативные оценки в отношении благотворительных организаций и их деятельности. Это наиболее недоверчивая часть респондентов, которые склонны подозревать донорские структуры в шпионаже и отмывании денег. Большинство этих респондентов не согласны, что благотворительные организации способствуют развитию демократии и решению социальных вопросов. Среди представителей данной группы — в основном мужчины от 35 до 60 лет, проживающие в небольших городах и селах. По сравнению с предыдущими группами, здесь больше людей с низким уровнем образования и самые низкие показатели материального благосостояния.

Таким образом, в пространстве представлений и суждений о благотворительной деятельности донорских организаций просматривается определенная упорядоченность. В то же время, его структура достаточно динамична, а значит, при возрастании информированности, при изменении социально-политической ситуации, а, следовательно, и ценностных установок граждан в отношении государства и общества может произойти реструктуризация этого пространства.

С полной версией исследования можно ознакомиться на сайтах исследовательской группы ЦИРКОН (www.zircon.ru) и НПГО «Форум Доноров» (www.donorsforum.ru)

Молоко — детям. Открытый проект

Елена Карих
журналист

На московской выставке «Индустрия детского и школьного питания» состоялась презентация российской части проекта «Школьное молоко», известного в более чем сорока странах мира.

Об актуальности проекта для России, как подчеркивалось на презентации, свидетельствует критическая ситуация в области детского и, в частности, школьного питания. Дефицит белков, витаминов и минеральных веществ в рационе детей отрицательно сказывается на их физическом и умственном развитии. За последнее время сильно вырос процент школьников, которые болеют рахитом, анемией, гипотрофией, аллергическим диатезом. По единодушному утверждению ведущих отечественных специалистов в области детского питания, двухсотграммовая упаковка молока может частично компенсировать школьнику завтрак: она содержит около 40% необходимой ребенку суточной нормы кальция и витамина В2, 24% витамина А и до 16% жира и белка. В организм человека молоко поставляет, по меньшей мере, восемь из десяти наиболее значимых для него комплексов питательных веществ.

В рамках программы «Школьное молоко» региональные отечественные производители уже приступили к производству некоммерческого продукта, предназначенного исключительно для дополнительного питания школьников. Инициатором запуска проекта в России выступила компания «Тетра Пак», которая имеет опыт работы по программе «Школьное молоко»

в других странах. Она предложила своим российским партнерам присоединиться к реализации этого международного проекта.

Данная схема социального партнерства предполагает крепкий тандем производителей продукта в конкретном регионе с местными органами власти. В свою очередь, роль «Тетра Пак» сводится к помощи участникам программы имеющимися у компании знаниями, предоставлению им информации об опыте реализации проекта в других странах, презентации его потенциальным партнерам, поставке производителям «Школьного молока» современной качественной упаковки.

Что получают стороны, участвующие в программе, от подобного партнерства? С одной стороны, схема поставки молока в рамках проекта предполагает свести к минимуму цепочку посредников. К тому же производитель платит за продукт более низкий НДС (10%), так как «Школьное молоко» относится к категории детского питания. Плюс к этому, новинка является принципиально некоммерческим продуктом и не поступает в розничную торговлю. Таким образом, до потребителя напиток доходит с минимальной наценкой.

С другой стороны, для российских компаний все большее значение приобретает вопрос репутации и имиджа. Многие бизнесмены уже осознали, что он решается наиболее успешно, если предприятие позиционирует себя как социально ответственная организация. Параллель-



но с формированием позитивного облика компании в глазах общественности предприятие получает дополнительного потребителя своей продукции и, соответственно, увеличивает загрузку своих производственных мощностей. А это, в свою очередь, способствует повышению эффективности его работы. Если же программа, успешно пройдя стадию социального эксперимента, будет реализовываться в России на постоянной основе, она может положительно повлиять и на развитие молочного производства в регионах, и на подъем сельского хозяйства, и на усиление всей областной экономики.

А теперь пару слов о самой новинке. Помимо обычного молока, в ассортименте компаний-производителей нового продукта предусмотрено молоко со вкусами шоколада и других любимых детьми лакомств. Обогащенное необходимыми питательными веществами и комплексом из восьми витаминов, «Школьное молоко» будет проходить обработку сверхвысокой температурой и разливаться по асептической технологии компании «Тетра Пак», которая обеспечивает продукту длитель-

Сергей Жуков, председатель Совета директоров ОАО «Кемеровский молочный комбинат» — производителя и поставщика «Школьного молока» в Кемеровской области:



«Этому проекту мы придаем исключительную важность в решении насущной социальной задачи в нашем регионе — создании современной системы полезного, сбалансированного школьного питания на базе поставок высококачественного молока как одного из важнейших продуктов для детей. Реализация программы «Школьное молоко» может не только внести конкретный вклад в решение проблем питания и обеспечения здоровья подрастающего поколения, но и реально помочь развитию агропромышленного комплекса и молочной промышленности Кузбасса».

ный срок хранения — до шести и более месяцев при комнатной температуре — без потери вкусовых и питательных свойств. Продумана и познавательная сторона проекта: информация, размещенная на упаковке, позволит расширить кругозор школьников. Разработано четыре варианта дизайна упаковки, ориентированных на разные возрастные категории. Есть упаковка «Шпаргалка», где в занимательной форме представлены правила и формулы из учебной программы. На упаковке для любителей комиксов изображены приключения агента Милза. Он знает ответы на все вопросы и сам любит загадывать загадки. Для юных спортсменов подготовлен макет с описанием правил езды на велосипеде и выполнения некоторых трюков, которые можно проделать на роликах и скейтборде. Любители интернета найдут на упаковке полное руководство по выражению эмоций в электронных письмах.

В пилотном варианте проект стартовал в двух российских регионах — Кемеровской области и Ульяновске. В феврале 2005 г. инициатива ОАО «Кемеровский молочный комбинат» получила официальную поддержку губернатора Кемеровской области Амана Тулеева. С этого момента идея приобрела статус областной губернаторской программы и на все упаковки распростра-

емого в области «Школьного молока» наносится соответствующая информация.

Проект стартовал в городе Кемерово с раздачи «Школьного молока» в 51 детском доме. Таким образом, на первом этапе было охвачено 4667 учащихся с 1 по 9 классы. Проект осуществляется под контролем органов местного самоуправления в лице руководства городского Департамента образования. В мае, после совещания глав областных муниципалитетов и официальной презентации проекта, к нему планируется подключить детские образовательные учреждения, расположенные в Кемеровской области. До конца 2005 года почти 5 тысяч воспитанников из 51 областного учебного заведения станут регулярно получать «Школьное молоко». Администрация региона решила, что для его детей полезный продукт должен быть бесплатным. На эти цели из местного бюджета выделено 2,1 млн. рублей.

В Ульяновске аналогичная программа находится под личным контролем губернатора Ульяновской области Сергея Морозова. Учитывая сложную бюджетную си-

туацию в области, местные предприятия, поддержавшие проект, — Агропромышленный Союз «Алев» и Третий Заволжский молокозавод — нашли возможность осуществлять поставки молока «Шпаргалка» без привлечения средств областного бюджета в 86 школ Ульяновска и 17 школ соседнего Димитровграда. Всего проект охватит около 23 тысяч школьников. «Мы рассматриваем программу как важную составную часть масштабной задачи оздоровления детей в нашем регионе», — так оценивает проект генеральный директор АПС «Алев» Сергей Колотьев.

Среди пионеров, поддержавших делом этот социальный проект, в ближайшем будущем могут также оказаться один из округов Москвы и Самара. В регионах, которые не смогут полностью финансировать программу, родителям школьников, возможно, придется доплачивать за «Школьное молоко» незначительную сумму. Но все же лучше было бы предприятиям и властям приложить все силы, чтобы российские дети получали полезный продукт бесплатно. Конечно, для многих коммерческих организаций участие в таком глобальном проекте — это весьма ощутимые дополнительные затраты. Но, к счастью, инертность и социальное равнодушие бизнеса уступают место ответственности и партнерству.

Владимир Мангазеев, заместитель губернатора Кемеровской области о проекте «Школьное молоко»:



По словам заместителя губернатора Кемеровской области Владимира Мангазеева, улучшение школьного питания в области — это не просто инициатива, а насущная необходимость. К тому же расширение ассортимента молочной продукции, ориентированной на школьников, повысит, по его мнению, заинтересованность самих детей в регулярном употреблении полезного напитка.

Весь мир — Беслану!

Подходит к концу учебный год, который начался тремя страшными днями: более тысячи человек — детей и взрослых — оказались заложниками в школе №1 города, название которого теперь знает весь мир. Сотни из них погибли. Весь мир пришел на помощь жителям Беслана, пережившим теракт. Помо-

гали, кто чем мог: кто спасал — выносил из спортивного зала, кто лечил, кто приглашал на отдых, кто просто написал слова сочувствия и соболезнования, да такие слова, от которых слезы благодарности наворачиваются на глаза. Для всех, кто пережил эти страшные дни, очень важно было знать, что мир не рухнул, а милосердие и сострадание в людях живут по-прежнему.

Время проходит, и настала пора сказать «спасибо!» всем, кто пришел на помощь. В бесланском Доме детского творчества собраны тысячи писем, телеграмм, детских рисунков со всего мира. На них надо не просто ответить, а научить детей вместе с тем одному из самых главных человеческих чувств — чувству благодарности в ответ на заботу и сочувствие.

Проект «Весь мир — Беслану», разработанный Домом детского творчества при содействии Центра экологического образования (г. Обнинск), включает комплекс мероприятий, направленных на психолого-педагогическую работу с пострадавшими детьми, чтобы вместе с ними

увечевечить память о погибших детях, чтобы воспитать в них чувство благодарности ко всем, кто проявил участие к жителям города, пережившим теракт, чтобы помочь детям города создать свою книгу «Весь мир — Беслану».

Проект предполагает проведение следующих мероприятий:

- Акции «Рисунок из Беслана»;
- Создание сайта «Весь мир — Беслану», в котором с помощью рассказов детей будет отражен поток помощи, оказываемой Беслану всем миром;
- Организация работы летнего городского и выездного лагерей, где дети города будут участвовать в интегрированной программе «Спасибо всем, кто помог Беслану и словом, и делом!» и заниматься созданием книги «Весь мир — Беслану!»;
- Сбор материалов для экспозиции мемориального музея "Дети Беслана";
- Сбор материалов для Книги Памяти;
- Проведение Фестиваля «Весь мир — Беслану!»

Приглашаем к сотрудничеству всех, кто может оказать финансовую поддержку проекту.

Контактная информация:

Тел.: 8 (86737) 3-13-95;

e-mail: beslanddt@nm.ru

— директор Дома детского творчества г. Беслан

Раиса Азаматовна Камбегова,
координатор проекта

Дагмара Алихановна Камбегова.

Тел.: 8 (08439) 3-86-48;

e-mail: ezhhik@obninsk.ru

— директор Центра экологического образования (г. Обнинск),

со-координатор проекта

Татьяна Викторовна Шпотова

Вернисаж



Архангел Гавриил. XVI век.

ЭФФЕКТИВЕН ЛИ ВАШ СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ?

Фонд «Евразия», Фонд Уильяма и Флоры Хьюлетт и Фонд «Новая Евразия» (ФНЕ) в рамках совместной программы «Социальные инвестиции российского бизнеса» провели для представителей бизнеса и НКО новый семинар на тему «Оценка корпоративных социальных и благотворительных программ».

Семинар был подготовлен специалистами компании «Процесс Консалтинг» Алексеем Кузьминым и Владимиром Балакиревым. Мероприятие освещало различные аспекты анализа эффективности благотворительных и иных социальных программ. На семинаре были рассмотрены вопросы важности мониторинга и оценки общественных проектов, технологий работы по реализации этих задач, существующих трудностей и др. В ходе второй части тренинга его участники провели анализ двух реально действующих социальных проектов, осуществляемых «СУАЛ-Холдингом» и компанией «РУСАЛ».

В семинаре приняли участие 35 человек, включая менеджеров 15-ти ведущих российских компаний, таких как «Аэрофлот», «Балтийская строительная компания», «Бритиш Американ Табакко Россия», «Вимм-Билль-Данн Продукты питания», «Евросеть», «Илим Палп Энтерпрайз», «Новосибирскэнерго», «Норильский Никель», РАО «ЕЭС России», «РЕНОВА», «Росбанк», «РУСАЛ», «Российские железные дороги», «Северсталь-групп» и «СУАЛ-Холдинг», а также представителей ряда некоммер-

ческих организаций из Москвы и регионов России: фонда «Династия», фонда «Виктория» (частный благотворительный детский фонд «УРАЛСИ-Ба»), Агентства социальной информации, Архангельского центра поддержки НКО «Гарант», Института общественного развития, «САФ Российское представительство», Клуба корпоративных филантропов, Российского партнерства по корпоративному управлению и социальной ответственности, Сибирского центра поддержки общественных инициатив (Новосибирск) и Союза предприятий металлургического комплекса (Екатеринбург).

Участники семинара высоко оценили мастерство специалистов, подготовивших семинар, и качество полученной информации, а также подчеркнули, что новые знания помогут им в разработке эффективных социальных программ.

Совместная инициатива Фонда «Евразия», ФНЕ и Фонда Уильяма и Флоры Хьюлетт рассчитана на 2 года (ноябрь 2003 — ноябрь 2005 гг.) и направлена на помощь российским компаниям и фондам в разработке и реализации программ социальной и благотворительной деятельности с использованием принятых в международной практике механизмов. В рамках программы предусмотрено проведение мероприятий для высшего управленческого звена организаций (Форум по обсуждению роли бизнеса в решении



актуальных социальных и экономических проблем, конференция) и для менеджеров компаний, непосредственно отвечающих за реализацию общественных проектов (семинары и тренинги по практическим аспектам социальной работы), а также организация их стажировок в США. Грантовый компонент программы предполагает финансирование проектов, направленных на улучшение законодательной среды для развития корпоративной филантропии.

Первым мероприятием совместной инициативы трех фондов стал двухдневный международный семинар «Корпоративные социальные инвестиции: стратегия и менеджмент», который состоялся в июле 2004 г. в Москве. В декабре того же года был проведен второй семинар под названием «Корпоративные социальные инвестиции: европейский опыт и российская практика». Дальнейшие планы программы «Социальные инвестиции российского бизнеса» предполагают стажировку ее участников в Сан-Франциско и Нью-Йорке для ознакомления с американским опытом социального инвестирования, а также проведение конференции.



При Федеральном агентстве по образованию планируется создать совет из представителей бизнеса и гражданского общества

Управление по делам молодежи Федерального агентства по образованию и Клуб корпоративных филантропов, при поддержке программы Матра Королевства Нидерландов, журнала «Бизнес & Общество» и фонда «Созидание», провели круглый стол на тему: «Молодежная политика в России: партнерство власти, бизнеса и некоммерческих организаций».

Во встрече приняли участие представители компаний «РЕНОВА», «Бритиш Американ Тобакко Россия», «ШевронТексако», «Юнилевер», «Ventpils Nafta», Imageland Public Relations Agency, Британского страхового общества и некоммерческих организаций — Национального совета молодежных организаций, Центра поддержки НКО (Санкт-Петербург), Центра «Заповедники», «Комитета 20», Союза граждан России, ВЦИОМа, группы «Циркон», фондов «Новая Евразия», «Мурзики», «Фокус-Медиа», «Новые перспективы», Факультета государственного управления МГУ и др.

Зачастую можно наблюдать в гражданском обществе и бизнесе отсутствие какой-либо ин-

формации о государственной деятельности в сфере молодежной политики и, наоборот, у власти — сведений о деятельности НКО и коммерческих структур в области программ для молодежи. На круглом столе представители общественных объединений и бизнеса отметили, что их финансовая поддержка государственных и совместных молодежных проектов возможна только при абсолютной прозрачности и подконтрольности с их стороны выделяемых организациями средств. Действительно, в России существует очень серьезное «бремя взаимного недоверия», уходящее в отрицательный опыт воровства и коррупции в различных государственных организациях и НКО. Поэтому сегодня, как только предприниматель

слышит предложение направить благотворительные средства в какой-либо незнакомый ему фонд, он даже не разбирается, на какие цели просят деньги, а просто не рассматривает предложение по определению, т.к. предпочитает оказывать помощь напрямую. Лишь несколько западных безупречных по репутации фондов, работающих в России, пользуются доверием бизнесменов. Таким образом, выстраивать отношения в треугольнике власть-НКО-бизнес приходится сейчас практически с нуля.

Начальник Управления по делам молодежи Федерального агентства по образованию Сергей Баринов познакомил участников круглого стола с основными направлениями реализации государственных целевых про-





грамм в области молодежной политики, направленных на поддержку семей, работу студенческих отрядов, решение вопроса трудоустройства, содействие социальным инициативам и др. Бюджет федеральных молодежных программ составляет порядка 100 млн. руб. Учитывая, что в России проживает около 25-30 млн. молодых людей (в возрасте от 14 до 30 лет), в среднем на одного из них приходится около 3-4 руб. в год. Помимо этого, федеральные программы предполагают привлечение внебюджетных средств в размере 4-6 млн. руб.

Нельзя сказать, что коммерческие организации не занимаются поддержкой молодежи, но, как правило, они реализуют в этом направлении больше собственных проектов, связанных с подготовкой кадрового резерва: содействуют трудоустройству выпускников средних и высших учебных заведений, осуществляют корпоративные молодежные программы, выплачивают стипендии, помогают одаренным подросткам и т.п. Некоммерческие организации также имеют опыт реализации молодежных проектов. Однако если им в целом удалось наладить партнерство в области молодежной поли-

тики с государственными и коммерческими организациями, то взаимодействие власти и бизнеса, особенно на федеральном уровне, находится в стадии становления.

Одной из эффективных моделей взаимодействия власти, бизнеса и институтов гражданского общества в этой сфере участники круглого стола единодушно признали инициативу Клуба корпоративных филантропов по созданию экспертно-консультативного межсекторного совета. Идея была поддержана Управлением по делам молодежи Федерального агентства по образова-

нию, которое готово стать партнером со стороны государственной власти. Предполагается, что экспертно-консультативный совет будет работать в трех направлениях: помощь государству в формулировании приоритетов и задач молодежной политики со стороны бизнеса и НКО; предоставление тремя секторами общества собственных площадок для проведения молодежных проектов; участие в долевом финансировании программ поддержки молодого поколения. На данный момент формируется состав совета и проводятся организационные встречи.



БРИТАНСКИЙ ПОДХОД К КСО. ТАНДЕМ БИЗНЕСА И ОБЩЕСТВА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Посольство Великобритании при экспертной поддержке Ассоциации менеджеров России провело в своих стенах конференцию «Британский и международный опыт внедрения корпоративной ответственности. От теории к практике».

В конференции приняли участие руководители ведущих компаний двух стран, представители Лондонской фондовой биржи, британские дипломаты и российские государственные деятели. Среди обсуждаемых на конференции тем были: стратегия КСО Конфедерации британских промышленников (СВИ); истоки и эволюция КСО как государственной политики; практические механизмы разработки и внедрения КСО в план развития бизнеса; КСО и управление рисками; влияние КСО на финансовые рынки.

Конференция показала, что британский подход к корпоративной социальной ответственности отличается от российского. Позицию английских бизнесменов представил в своем докладе старший советник по КСО и глобализации Конфедерации британских промышлен-

ников Брайн Кресс. По его словам, в понимании англичан речь идет об исключительно добровольных инициативах компаний, которые выходят за рамки законодательства. Поэтому для определения социальных действий бизнеса Брайн Кресс предлагает вместо термина КСО использовать термин «корпоративные инициативы». По его мнению, эти инициативы можно считать рыночным механизмом: они позволяют минимизировать социальные, экологические и другие нефинансовые риски корпораций, а также повысить их конкурентоспособность. Советник по экономическим вопросам, торговле и инвестициям посольства Великобритании Дебора Броннерт сообщила, что ее правительство поощряет корпоративную социальную ответственность компаний. Во-первых, КСО — это вклад в выполнение общегосударственных задач. Во-вторых, она повышает качество и темпы экономического роста. А советник по корпоративной социальной ответственности Лондонской фондовой биржи Джон Эдвардс отметил, что большинство инвесторов теперь понимают, как велико значение социальных инвестиций для развития компаний в долгосрочной перспективе. По его словам, уже сейчас корпоративная социальная ответственность серьезно влияет на акционерную стоимость корпораций.

Некоторые российские уча-

стники конференции высказали мнение, что, учитывая ситуацию в нашей стране, в понятие КСО все же должно входит и исполнение законодательных норм, и уплата налогов в полном объеме. Губернатор Тверской области Дмитрий Зеленин отметил, что в России отсутствует единое понимание концепции КСО, как и единая система оценки вклада компаний в социальную сферу. «О терминах не спорят, о терминах договариваются», — напомнил руководитель социального департамента РСПП Федор Прокопов. Он подчеркнул, что нужно идти от содержания к определению, а не наоборот. Одной из важнейших проблем Федор Прокопов считает то, что из-за разного понимания компаниями корпоративной социальной ответственности голос делового сообщества в стране до сих пор не



*Дмитрий Зеленин,
губернатор Тверской области*



*Иан Крейг, Генеральный Директор
«Сахалин Энерджи»*

слышен. Он представил британским участникам Социальную хартию российского бизнеса, принятую РСПП в конце 2004 года. В этом документе сформулирована социальная миссия бизнеса и принципы устойчивого развития компаний, поэтому он мог бы служить объединению предпринимателей в вопросе КСО. Представителей российской стороны Федор Прокопов призвал присоединиться к Социальной хартии.

Одной из немногих тенденций, общих для российской, британской и общемировой действительности, оказалось негативное отношение общества к бизнесу. Слово «прибыль», по мнению Брайна Кресса, стало ругательным. А Федор Прокопов заметил, что в России деньги, собственность и бизнес воспринимаются как нечто плохое по определению. Именно поэтому любая социальная активность компаний вызывает противоположную ожидаемой реакцию населения. Люди считают: чтобы ни делали обладатели капитала — этого все равно не достаточно для уплаты долга перед обществом.

На обсуждении темы социальной отчетности директор Агентства социальной информации Елена Тополева задала британским участникам конференции вопрос: «Почему западные компании, которые регулярно выпускают отчеты в других странах, не торопятся начать процесс социальной отчетности в России?». Брайн Кресс пояснил, что социальная отчетность — это ответ на некое внешнее давление. «Видимо, российское общество не слишком требует, чтобы ему предоставляли такую информацию. Не думаю, что иностранные компании пренебрегают социальными отчетами в



Стивен Вордворс, полномочный министр, Британское Посольство в Москве; Каарина Иммонен, зам. Постоянного представителя ПРООН в России; Дебора Аллен, директор по КСО British Aerospace System; Майкл Кроу, генеральный менеджер GSK

России. Просто они должны обсудить со стейкхолдерами, что нужно сделать, для того чтобы отчет соответствовал их ожиданиям», — отметил он. Федор Прокопов добавил, что российские компании, которые выпустили социальные отчеты в виде «сводок хороших дел своего PR-отдела», будут разочарованы. Такой социальный отчет может вызвать разве что большее количество обращений со стороны просителей.

Как следовало из выступлений многих британских участников, давление общества — один из факторов формирования социально ответственного бизнеса, и в Великобритании он выражен сильнее, чем в России. А Дмитрий Зеленин заметил, что для стимуляции КСО в нашей стране необходимо развивать институты гражданского общества.

Брайн Кресс отметил, что роль корпоративной социальной ответственности возрастает в связи с усилением процессов глобализации, ключевым игроком которой является бизнес. Кроме того, правительства

многих стран не могут самостоятельно решить различные социальные и экологические вопросы. По словам Брайна Кресса, в развивающихся странах требования к социальному поведению бизнеса могут быть не столь высоки, как в Европе или США. Но если компании не будут следовать единым стандартам КСО, это может отразиться на их репутации: например, если они используют детский труд, об этом очень скоро станет известно неправительственным организациям. В рамках этой темы заместитель постоянного представителя Программы развития ООН в России Каарина Иммонен рассказала участникам конференции о Глобальном договоре, инициированном ООН для усиления партнерства бизнеса и общества во всем мире.

Хотелось бы, чтобы подобные конференции были инициированы и российским правительством, которое пока только декларативно призывает бизнес быть социально ответственным, не создавая для этого никаких условий.

Корпоративная социальная ответственность как катализатор доходности и роста КОМПАНИИ

7 - 8 Июня, 2005,
Санкт-Петербург, Россия

Евразийская Конференция 2005 по Глобальному Договору Компании Ethical Corporation

В числе докладчиков
лидеры различных
отраслей промышленности
и известные эксперты:

Ernst & Young | Intel | Глобальный Договор ООН | PricewaterhouseCoopers | СУАЛ Холдинг | Торговый Дом АРМ | SAP | РСПП | Deloitte | Международная финансовая корпорация (IFC) | Standard & Poor 's | Программа Развития ООН | РСПП | Ассоциация Менеджеров России | Центр Деловой Этики и Корпоративного Управления | Всемирный фонд дикой природы (WWF) в России | Международная Организация Труда | Агентство социальной информации | Европейский банк реконструкция и развития | KPMG | и многие другие

Узнайте как Глобальный Договор ООН, а также опыт более 50 лидирующих национальных, региональных и транснациональных компаний может вдохновить Вас:

- **Быть лидером:** Создать эффективное сотрудничество, которое прибавит благосостояние Вашей компании и обеспечит лидирующие позиции среди конкурентов.
- **Максимизировать прибыль:** Научиться стратегии развития и достижения значительных результатов.
- **Повысить производительность:** Придерживаться мировых стандартов в разработке политики трудовых ресурсов. Добиться прозрачности - и высоких результатов.
- **Преодолеть основные проблемы:** Научиться использовать основные показатели в разрешении экологических и социальных проблем Евразии. Использовать успешные программы в борьбе против ВИЧ\СПИД, Борьба со взяточничеством и коррупцией.

"Наша цель – обеспечить сочетание мощи рыночных отношений с общечеловеческими ценностями. Наша цель – сделать так, чтобы творческий потенциал частного предпринимательства служил также для удовлетворения нужд обездоленных и обеспечения потребностей грядущих поколений".

Кофи Аннан, Генеральный секретарь Организации
Объединенных Наций

www.ethicalcorp.com/russia

экспертные партнеры



**RUSSIAN
MANAGERS
ASSOCIATION**
WWW.AMR.RU

Зарегистрируйтесь сегодня

+44 (0) 020 7375 7156
conferences@ethicalcorp.com



Во исполнение требований ст.16 ФЗ N 129-ФЗ от 21.11.1996 г. «О бухгалтерском учете» Фонд «Институт экономического анализа» сообщает сведения о финансовых результатах своей деятельности в 2004 г., подтвержденные аудиторской проверкой. Аудитор: ООО аудиторская фирма «ЮрИнформ-Аудит», регистрационное свидетельство № 603.783 от 29.11.1993, лицензия на проведение аудита № E000 350, выдана приказом Минфина РФ №98 от 20.05.02.

Заключение аудиторской проверки: «По нашему мнению, финансовая (бухгалтерская) отчетность Некоммерческой организации «Фонд Институт экономического анализа» отражает достоверно, с учетом устранимых замечаний, во всех существенных отношениях финансовое положение на 31 декабря 2004 г. и результаты финансово-хозяйственной деятельности за период с 1 января по 31 декабря 2004 г. включительно».

ОТЧЕТ О ЦЕЛЕВОМ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ПОЛУЧЕННЫХ СРЕДСТВ

за период с 1 января по 31 декабря 2004 г.

Показатель		За отчетный год	За предыдущий год
Наименование	код		
1	2	3	4
Остаток средств на начало отчетного года	100	162	1502
Поступило средств			
Вступительные взносы	210		
Членские взносы	220		
Добровольные взносы	230		
Доходы от предпринимательской деятельности организации	240	3449	
Прочие	250	49042	1519
Всего поступило средств	260	52491	1519
Использовано средств			
Расходы на целевые мероприятия	310	5160	1656
в том числе:			
социальная и благотворительная помощь	311		
проведение конференций, совещаний, семинаров и т.п.	312		1519
иные мероприятия	313	5160	137
Расходы на содержание аппарата управления	320	2577	1095
В том числе:			
расходы, связанные с оплатой труда (включая начисления)	321	1537	645
выплаты, не связанные с оплатой труда	322	86	
расходы на служебные командировки и деловые поездки	323		
содержание помещений, зданий, автомобильного транспорта			
и иного имущества (кроме ремонта)	324	700	450
ремонт основных средств и иного имущества	325	23	
прочие	326	231	
Приобретение основных средств, инвентаря и иного имущества	330	457	108
Расходы, связанные с предпринимательской деятельностью	340	1026	
Прочие	350	17	
Всего использовано средств	360	9237	2859
Остаток средств на конец отчетного года	400	43254	162

Директор Фонда
Главный бухгалтер

Н.А. Пивоварова
Т.П. Белоусова



ИНСТИТУТ ПСИХОГЕНЕТИКИ

УМЕНИЕ СТРОИТЬ ОТНОШЕНИЯ С КЛЮЧЕВЫМИ ФИГУРАМИ — КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР УСПЕХА В БИЗНЕСЕ

Чтобы власти не бояться, ее надо уважать.

Те люди, которыми мы восхищаемся, и те, которых критикуем, оказывают на нас влияние, независимо от того, осознаем мы это или нет.

Именно эти люди являются ключевыми фигурами, дают нам "ключ" к пониманию себя и продвижению по жизни.

- Какие рычаги помогут Вам достичь желаемых результатов?
- Как противостоять сильным людям?
- Как использовать энергию для расширения своего влияния?
- Как стать ключевой фигурой для представителей власти и партнеров?

На семинаре Вы получите ответы на эти и другие интересующие Вас вопросы.

Программа семинара:

1. Построение отношений с представителями власти, коллегами и подчиненными.

- Два фактора, позволяющие выделить ключевые фигуры в нашей жизни.
- Где рождаются "нерадивые" подчиненные и почему "начальник всегда прав".
- Действительно ли хорошо живется "золотой середине", или откуда происходят "подхалимы"?
- Анатомия интриги.
- "Не сотвори себе кумира", или...

2. Закон магнетизма:

"Тот, кто находится рядом с вами, определяется вовсе не тем, что вы хотите иметь, это определяется тем, **кто вы есть**". Джон Максвелл.

- Практическое занятие: кто я есть?

3. Манипулирование или влияние: что предпочесть?

- Пять рычагов, которые позволяют достичь людям того, чего они хотят.
- Как противостоять сильным людям: восемь правил противостояния "вызовам".
- Поведение в ситуациях, когда вас хотят "поставить на место" или "сбить спесь".

4. Особенности переговоров с "сильными мира сего".

Правило первое: "Никогда не затмевай господина"...

- Как избрать свой стиль переговоров и понять чужой.
- Как быть с некорректным партнером. Ваша точка опоры.
- Просьба от силы и просьба от слабости.
- Секрет получения того, что необходимо: пять шагов.

5. Сотворение харизмы: что делает влиятельным лично Вас?

6. Мораль сильного человека: пять принципов.

Автор и ведущий ЛЮДМИЛА МОСИНА, директор Института психогенетики, член Международной Ассоциации по организационному развитию, автор учебного пособия «Умение строить отношения с ключевыми фигурами».

Тренинг-семинар имеет практическую направленность с максимальной ориентацией на запросы участников.

Дополнительная информация о программе и условиях участия по адресу:

г. Москва, пер. Архангельский, 3, офис 48, тел.: + 7 095 925 29 53.

E-mail: l.mossina@mtu-net.ru, www.psychogenetics.ru

Пожалуйста, заполните
заявки печатными буквами:

Заявка на подписку на журнал

Месяц начала подписки

Ф.И.О.

Должность

Название компании

Адрес доставки журнала

Почтовый индекс

Телефон

Факс

E-mail

Контактное лицо

Дата

Подпись

Заполненную заявку вышлете в редакцию:

- по факсу: +7 (095) 972 1806;
- по почте: 127055, Москва, ул. Новослободская, дом 62, кор.19, офис 294;
- по электронной почте: bioclub@comtv.ru

Совместный путь к успеху

Статус подписчика	Кол-во №№	Стоимость (руб.)	✓
Коммерческая организация	3	1800	
	6	3600	
Некоммерческая организация	3	900	
	6	1800	
Физическое лицо	3	600-00	
	6	1200-00	
подписка*	3	5475	
	6	10950	

*В качестве благодарности за поддержку журнала редакция дарит экземпляр издания «Бизнес & Общество: лучшие опубликованные и неопубликованные материалы 2004-2005».

Цены указаны без учета НДС.
Периодичность журнала – 1 раз в 2 месяца
Тираж – 3000 экз.

Заявка на новостную рассылку журнала «Бизнес & Общество»

Конференции, круглые столы, клубные встречи, семинары и т.п.	
Технологии социального партнерства	
Благотворительные программы российского бизнеса	
Корпоративная социальная ответственность	
Лучшие международные и российские практики	
Проекты для поддержки «Бизнес & Общество»	
Некоммерческие, благотворительные организации и фонды	
Социальные инициативы российского бизнеса	
Предложения властных структур	
По выбору редакции	
Законодательство	
Дайджест СМИ	
Исследования	
Другое _____	

Ваши пожелания и рекомендации:

Page 3. MAIN THEME

Youth Policy in Russia: partnership of the State, business, civil society and mass media. This theme has been chosen for the new issue of our magazine. Representatives of leading Russian companies and non-commercial organizations participate in the discussion. Among them are SUAL-Holding, Surgutneftegaz, Ingosstrakh, BAT LUKOIL Russia, Vostokgazprom, RENOVA, Imageland Edelman Public Relations, IK VELES Capital, ShevronTexaco, inter-regional public movement «Union of Russian Citizens», Dmitry Zimin's Foundation «Dynasty», «Sozydaniye» Foundation, Russian Center for Volunteers' Movement Development and many others.

Page 34. OPINION

Steven Schmida, a former director of the Eurasia Foundation Moscow office and founder of the Aurora International Consulting Agency, shares his views on the specific features of social corporate responsibility developments in Russia. He believes that the State authorities interpret CSR in a way convenient for them, thus belittling potential scale of corporate social partnership in Russia. The author poses a serious question to the businessmen in the sphere of social responsibility - either to join an extensive international corporate practices' experi-

ence or, playing into State hands or trying to minimize their costs, accept a limited doctrine of politicians.

The second article under this heading is the next one in the series of articles on how to build up relationships with key figures, by Ludmila Mosina, Director of the Institute of Psychogenetic. She tells about psychological peculiarities of two management strategies: manipulation and self-actualization. The author explains how to resist manipulation and challenges of the high and mighty.

Page 39. INTERNATIONAL EXPERIENCE

The material is devoted to the UN Global Compact, which is a key part of development of CSR globally. The author is Jeff Senne, a consultant with the United Nations Global Compact and the thoughts expressed within are his and do not necessarily express those of the Global Compact Office.

Jeff Senne calls upon the companies all over the world to base their activities on universal human values such as human rights, decent labor conditions, and healthy environment. He believes that companies, which joined the Compact, get not only new responsibilities, but also new possibilities for professional development.

Page 42. RESEARCHES

Express-research Donors' Organizations in Russia: Recognition and

Expectations of Citizens has been done by the Tsircon Research Group upon the request of the Donors' Forum among citizens from 40 locations in Russia. The research's aim was to find out what Russian citizens know about charity organizations working in the country, how respondents assess their activities; which direction of their work they see as priority; and whom they would like to see as major donors. The research revealed that majority of respondents positively reacts to charity organizations, although knows very little about their activities. Citizens are primarily interested in activities involving both most acute social problems and large population groups (i.e. help to socially disadvantaged, health care and education). They would like to see the State as a major donor. The least trusted are foreign donors' organizations.

Page 48. TECHNOLOGIES OF PARTNERSHIP

A new direction of social partnership has been offered to the dairy industry and local administrations by the Tetra Pack Company. The world-known program «School Milk» would enable Russian businessmen to make children in Russia healthier. Its pilot projects have been already launched in Russian regions by pioneering enterprises in Kemerovo and Ulianovsk regions.

ЭТОТ НОМЕР ЖУРНАЛА ПОЛУЧАТ:

Правительственные учреждения:

АДМИНИСТРАЦИЯ ПРЕЗИДЕНТА РФ
 СОВЕТ ФЕДЕРАЦИИ РФ И ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА (ПРЕДСЕДАТЕЛИ И ЗАМЕСТИТЕЛИ ПРЕДСЕДАТЕЛЕЙ ПРОФИЛЬНЫХ КОМИТЕТОВ)
 ПРАВИТЕЛЬСТВО РФ:
 МИНИСТЕРСТВО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ И СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РФ
 МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РФ
 МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И ТРОВОГЛИ РФ
 МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
 ПРАВИТЕЛЬСТВО МОСКВЫ (ПРЕДСЕДАТЕЛИ И ЗАМЕСТИТЕЛИ ПРЕДСЕДАТЕЛЕЙ ПРОФИЛЬНЫХ КОМИТЕТОВ)
 МОСКОВСКАЯ ДУМА
 ПОСОЛЬСТВО ВЕЛИКОБРИТАНИИ

ПОСОЛЬСТВО ГЕРМАНИИ
 ПОСОЛЬСТВО КАНАДЫ
 ПОСОЛЬСТВО КОРОЛЕВСТВА НИДЕРЛАНДОВ
 ПОСОЛЬСТВО США
 ПОСОЛЬСТВО ФРАНЦИИ
 ПОСОЛЬСТВО ЯПОНИИ
 ЕВРОПЕЙСКАЯ КОМИССИЯ В РОССИИ

Государственные и общественные организации:

IREX
 ISAR
 USAID
 АМЕРИКАНСКАЯ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА В МОСКВЕ
 АРБ
 АССОЦИАЦИЯ МЕНЕДЖЕРОВ
 АССОЦИАЦИЯ СПОРТИВНЫХ МЕНЕДЖЕРОВ
 БЛАГО ФОНД
 ВИКТОРИЯ ФОНД
 ВСЕМИРНЫЙ БАНК (МОСКОВСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО)
 ДАУНСАЙТ АП ФОНД
 ДИМСИ
 ДЕЛОВАЯ РОССИЯ
 ДИНАСТИЯ ФОНД
 НОВАЯ ЕВРАЗИЯ ФОНД

ЕВРОПЕЙСКИЙ БАНК РЕКОНСТРУКЦИИ И РАЗВИТИЯ
 АССОЦИАЦИЯ ЕВРОПЕЙСКОГО БИЗНЕСА
 ЕВРОПЕЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
 ЗАПОВЕДНИКИ ЭКОЦЕНТР
 ИНСТИТУТ ГОСУДАРСТВА И ПРАВА РАН
 ИМ. ГЕНРИХА БЕЛЛЯ
 ФОНД
 ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ ГОРОДА ФОНД
 ИНСТИТУТ СИСТЕМНОГО АНАЛИЗА РАН
 ИНСТИТУТ СРАВНИТЕЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ
 ИНСТИТУТ УСТОЙЧИВЫХ СООБЩЕСТВ
 ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЦЕНТР ООН В МОСКВЕ
 КАФ ФОНД
 КСО-РУССКИЙ ЦЕНТР МАКАРТУРОВ ФОНД
 МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ БИЗНЕС АССОЦИАЦИЯ
 ОПОРА РОССИИ
 МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
 НОВЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ

ОБЩЕСТВЕННЫЙ ФОНД РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
 РОССИЙСКОЕ АГЕНТСТВО ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА
 РОССИЙСКО-БРИТАНСКАЯ ТОРГОВАЯ ПАЛАТА
 РОССИЙСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ БИБЛИОТЕКА
 РОССИЙСКИЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ЦЕНТР
 РОССИЙСКИЙ СОЮЗ ПРОМЫШЛЕННИКОВ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ
 РОССИЙСКИЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ДОБРОВОЛЬЧЕСТВА
 СОДЕЙСТВИЯ КАДЕТСКИМ КОРПУСАМ ИМ. АЛЕКСЕЯ ЙОРДАНА ФОНД
 РСПП
 СОЗИДАНИЕ ФОНД
 СОЮЗ ГРАЖДАН РОССИИ
 СОЮЗ НЕМЕЦКОЙ ЭКОНОМИКИ
 ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА МОСКВЫ
 ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА РФ
 ФОНД ПОДДЕРЖКИ НЕЗАВИСИМЫХ СМИ
 ФОРДА ФОНД

ФОРУМ ДОНОРОВ
 ЦЕНТР КОРПОРАТИВНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
 ЦЕНТР ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ
 ЮНОПС

СМИ:

THE MOSCOW TIMES
 THE RUSSIAN JOURNAL
 АСИ
 АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ
 ВЕДОМОСТИ
 ВЛАСТЬ
 ВРЕМЯ МН
 ГАЗЕТА
 ДЕНЬГИ
 ИЗВЕСТИЯ
 КОММЕРСАНТ
 КОМПАНИЯ
 МИА-2001 ИНФОРМАЦИОННОЕ АГЕНСТВО
 МОСКОВСКИЕ НОВОСТИ
 НОВЫЕ ИЗВЕСТИЯ
 ПРОФИЛЬ
 РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ
 ЭКСПЕРТ
 ЭХО МОСКВЫ

Коммерческие организации