bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 1

НУЖНЫ ЛИ БЛАГОТВОРИТЕЛИ РОССИЙСКОМУ ГОСУДАРСТВУ?

К теме благотворительности журнал обращается не впервые. На этот раз в традиционном опросе приняли участие больше 25 экспертов. Даже среди этих людей, не понаслышке знакомых с темой, к сожалению, до сих пор сохраняется недоверие к эффективности благотворительной деятельности. А между тем, объём средств, которые выделяются из различных внебюджетных источников для финансирования благотворительных программ в России составляет порядка $1,5 млрд.

По данным ВЦИОМ, только 2% россиян лично сталкивались с деятельностью благотворительных организаций. Поэтому не удивительно, что у среднестатистического россиянина сформировалось и сохраняется представление о том, что благотворительные фонды созданы для отмывания денег, а бизнесмены тратят средства только на себя. Многие думают, что настоящим благотворителем может быть лишь государство. Ответ на вопрос: «Эффективно ли оно развивает благотворительность?» похоже, очевиден.

Именно государственная политика привела к тому, что благотворительность в России, несмотря на ее распространенность, остается делом героическим и полутеневым. Благотворительствовать открыто и законно в России крайне не выгодно. В отличие от западных стран, где существуют очень простые системы сбора пожертвований: через кредитные карточки или чеки, в России на пути развития технологий по сбору целевых благотворительных средств стоят серьезные правовые, моральные и общественные препоны.

Однако недавно Кремль заявил о готовности признать право на существование благотворительной деятельности и даже законодательно закрепить его «в соответствии с мировыми традициями». Как предполагается, главным инструментом станут эндаументы – профессиональные инвестиционные фонды, средства которых пойдут исключительно на благотворительные проекты в социальной сфере, а потому они не будут облагаться налогом. В какой степени они смогут решить проблему устойчивости некоммерческого сектора и эффективности благотворительных пожертвований? Нет ли опасения, что как только фонды-эндаументы будут узаконены, государство может просто оставить распределение поступающих туда средств за собой, диктуя, как тратить деньги.

Наиболее ярким проявлением этой тенденции стало принятие закона о некоммерческих организациях. Сектор НКО всеми силами пытается выжить. Альтернативой государственной поддержки сектора может стать бизнес, но он по-прежнему не готов активно сотрудничать с некоммерческими организациями. Как показывают результаты исследования ВЦИОМ, проведенного по заказу Комиссии Общественной палаты РФ по вопросам развития благотворительности, милосердия и волонтерства в апреле 2006 года, только 5% благотворителей взаимодействуют с НКО. Крупные российские компании тратят от 11% до 17% чистой прибыли на социальные программы и благотворительность. Но, большинство предпочитают реализовывать эти программы либо самостоятельно, либо во взаимодействии с государством, считая НКО третьим лишним в этой сфере.

Между тем, в странах с сильным гражданским обществом, бизнес сам создает и поддерживает лучшие НКО, зная, что именно они эффективнее всего могут отстаивать интересы компаний, в том числе и в социальной сфере. Пока же наше движение больше похоже на усилия лебедя, рака и щуки, несмотря на то, что все хотят одного – стабильности, благополучия и согласия. Поэтому не стоит удивляться данным недавнего межстранового опроса «G8-Fears», проведенного международным агентством «Евразийский монитор», согласно которому 55% граждан России считают, что жизнь в нашей стране становится более опасной. В число социальных угроз, чаще всего вызывающих серьезное беспокойство населения России, вошли массовая безработица и обнищание, угроза утраты обществом моральных ценностей, экологические катастрофы. Только в России эти показатели оказались на критично высоком уровне. Может быть, выход в конструктивном партнерстве власти, бизнеса и гражданского общества?

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 2

СОДЕРЖАНИЕ

Бизнес & общество
BUSINESS & SOCIETY
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

№ 4–5 (35–36) 2006 г.

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

Главный редактор
Татьяна Бачинская

Адрес редакции:
127055, Москва,
ул Новослободская, д.62-19, оф. 294
Тел./факс: (499) 972-18-06
Тел.: (499)973-15-28

E-mail: bioclub@bk.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:
Елену Диковицкую, Оксану Кокуркину, Елену Иванову, Антона Кривошеева, Алексея Костина, Дмитрия Мурзина.

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

Тираж: 2000 экземпляров (дополнительно по заявкам)

Часть тиража распространяется бесплатно

При перепечатке и использовании материалов просим ссылаться на источник

Мнения авторов могут не совпадать с позицией редакции. За подбор и изложение фактов ответственность несут авторы материалов.

ОТ РЕДАКЦИИ 1
Нужны ли благотворители российскому государству?

ТЕМА НОМЕРА 3
Российская благотворительность: мифы и реальность

Мария Черток. Развитие частной благотворительности – основа стабильности некоммерческого сектора

КОРОТКОЙ СТРОКОЙ 34

МНЕНИЕ 42
Татьяна Тульчинская.
Семь мифов о благотворительности

ИССЛЕДОВАНИЯ 45
Компании сворачивают «серьезные» отношения с системой образования

ТЕХНОЛОГИИ ПАРТНЕРСТВА 47
Оксана Березняк, Яна Котухова. Корпоративная социальная ответственость как неотъемлимая часть стратегии компании Ново Нордиск

МИРОВОЙ ОПЫТ 52
Брук Горовиц. Партнерство между государством и бизнесом: формирование новых отношений

Комиссия по благотворительности в Англии и Уэльсе

СМИ О СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ 63
Дар Баффета станет самым крупным пожертвованием на благотворительность

Питер Финн. Осторожная щедрость русских богачей

Эхо Москвы. Программа «Лукавая цифра»

СЕМИНАРЫ, КОНФЕРЕНЦИИ, КНИГИ 70
Депутаты Госдумы сотрудничают с Общественной палатой

Прошла конференция европейского Центра фондов

Благотворительность – анонимная или публичная?

Имидж – дело добровольное

В Татарстане обсудили проблемы социально ответственного бизнеса

О спонсорстве, благотворительности и КСО

ОБЪЯВЛЕНИЯ 77

SUMMARY 80

Этот номер журнала иллюстрирован рисунками детей с ограниченными возможностями, предоставленными Евгением Крокиным, директором Юридического Центра «Взгляд», председателем правления Фонда содействия развитию творчества детей-инвалидов «Взгляд ребенка».

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 3

РОССИЙСКАЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ: МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ

Экспертный опрос

Как Вы считаете, благотворительность компаний входит как составляющая в их корпоративную социальную ответственность (КСО) и какую часть она занимает в этой деятельности?

Владимир Аксенов:

Благотворительность является неотъемлемой частью КСО, и достаточно важной частью. Хотя основная составляющая КСО – это, безусловно, ответственное ведение бизнеса и соблюдение бизнес-этики.

Олег Алексеев:

Вопрос о включении тех или иных расходов в состав КСО решается исполнительным органом компании. Благотворительные расходы, производимые из средств компании, безусловно, входят в состав КСО. Благотворительные расходы акционеров и их семей – это важно в частных компаниях, где число акционеров счетное – могут быть включены в общие расходы компании на благотворительность. Например, в нашей Группе компаний несколько уровней управления и консолидации отчетности, на каждом уровне могут быть осуществлены благотворительные программы, как из средств компаний, так и из личных средств акционеров Группы. Эти расходы иногда включаются в КСО конкретных компаний, как расходы их Управляющих компаний, а иногда не включаются. Решение принимается на основании смысла этих расходов. Полагаю, что в ближайшее время в Группе будет создан автономный фонд, в котором будут сконцентрированы средства акционеров, идущие на благотворительные цели. Тогда эти расходы не будут включаться в КСО компаний.

Мария Черток:

Благотворительность компаний – не самая большая часть КСО. Большинство составляющих КСО обращены к производственной деятельности компании, к тому, как она заботится о сотрудниках, соблюдает экологические нормы, как она относится к маркировке своей продукции, как выбирает поставщиков и тому подобное. Более того, не все отношения с местным сообществом можно рассматривать в контексте благотворительности.

Всё, что компания делает как бизнес, должно приносить выгоду. Линию между этой задачей и желанием помочь обществу провести трудно. Благотворительность начинается там, где компания явно нечто отдаёт, и рассчитывает получить что-то взамен, но, скорее, не прямым образом.

Игорь Бекетов:

Благотворительность компаний является одной из составляющих КСО, но надо понимать, что по-

НАШИ ЭКСПЕРТЫ

Владимир Аксенов, *советник Управляющего директора «БАТ Россия»*

Олег Алексеев, *директор корпоративных проектов Института корпоративного развития ГК «РЕНОВА»*

Мария Черток, *директор CAF Россия*

Наталья Алимова, *генеральный директор БФ «Синергия»*

Игорь Бекетов, *директор БФ «ЛУКОЙЛ»*

Андрей Белковский, *зам. главного редактора журнала «Менеджмент в России и за рубежом»*

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 4

Алексей Бодунген, *директор тренинг-центра «Голубка»*

Светлана Волкова, *директор городского Центра «Дети улиц»*

Павел Гагарин, *председатель Совета директоров ГК «Градиент Альфа»*

Алексей Костин, *директор НП «КСО – Русский центр»*

Наталья Самовер, *редактор информационного агентства REGNUM*

нятие «социальная ответственность» не сводится только к реализации благотворительных программ. Благотворительная деятельность предпринимателей широко практиковалась задолго до того, как был поставлен вопрос о социальной ответственности бизнеса. Наряду с ней существуют ответственность компании перед акционерами, которая проявляется в своевременной выплате дивидендов, в обеспечении прибыльности бизнеса, а также ответственность перед работниками, которая, в свою очередь, достигается путем выплаты достойной заработной платы, создания условий для профессионального роста, повышения квалификации, и пр. Через выпуск качественной продукции, отвечающей требованиям существующих экологических, технических и других стандартов, компания представляет себя как ответственная перед потребителями. Другим аспектом КСО является ответственность перед государством. Она проявляется, прежде всего, в соблюдении действующего законодательства, полноценном и своевременном отчислении налогов.

Алексей Бодунген:

Безусловно, благотворительность может входить в КСО, как одна из ее составляющих. Однако я бы рассматривал КСО как целый комплекс установок и норм корпоративного поведения, которых компания осознанно придерживается. Ведь социальная ответственность нередко вызывает ассоциации только лишь с обществом вообще, или с местным сообществом. А как же сотрудники компании? Прямые потребители товаров и услуг, которые она производит? Мне кажется, что понятие КСО, прежде всего, связано с честным и разумным отношением ко всем последствиям корпоративной деятельности, со стремлением свести к минимуму негатив; с честной конкуренцией и правдивой рекламой и т.д. Для меня это что-то сродни принципу «не навреди»...

Светлана Волкова:

Благотворительность входит в КСО, но занимает незначительную часть и воспринимается как минимизация налогооблагаемой базы.

Павел Гагарин:

Как моральная, нравственная категория, естественно, входит. Поскольку КСО – это, в общем-то, тоже моральная категория, и её нельзя подсчитать в виде каких-то денежных сумм. А какую часть она занимает, зависит от того, насколько руководитель или другой человек, принимающий в компании решение о проведение благотворительных мероприятий, проникся этой идеей и насколько он хочет ре-

Андрей Галкин, *главный редактор журнала «Твоя Компания», корпоративного издания ТНК-ВР*

Екатерина Кузнецова, *зам. руководителя проекта «Модернизация социальных услуг в РФ» компании «АРКАДИС БМБ»*

Александр Гаспаришвили, *зав. лабораторией изучения общественного мнения МГУ*

Игорь Карлинский, *консультант благотворительной организации помощи лицам без определенного места жительства «Ночлежка» (Санкт-Петербург)*

Ирина Меньшенина, *директор по маркетингу и привлечению средств российско-британского БФ «Даунсайт Ап»*

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 5

Михаил Гнедовский, *директор Института культурной политики*

Галина Григорьева, *менеджер по устойчивому развитию Alcoa Russia*

Игорь Беликов, *директор Российского института директоров*

Вера Барова, *исполнительный директор Благотворительного фонда г. Тюмени*

Денис Гуринович, *директор по корпоративным отношениям «Юнилевер» в России, Украине и Беларуси*

ально оказать кому-то благотворительность, а не провести исключительно PR-акцию.

Андрей Галкин:

Для компаний благотворительность – вопрос имиджа и нормального социального самочувствия. Это своеобразная «покупка» права компании на самоуважение и, в этом смысле, дело интимное. Если каждая компания в силах определить, какую часть бюджета она готова отдать на формирование собственного имиджа, то затраты на социальное самочувствие, на спокойную совесть – неизмеримы. Давайте отложим миллион, и совесть будет спокойна? А если не хватит буквально рубля для лечения ребенка, что – прикроемся бухгалтерией, согласованным и утвержденным «объемом КСО»?

В компаниях, с деятельностью которых я знаком, считается нормальным планировать некий, очень приблизительный «бюджет благотворительности» (процент от доходов, обычно), но при этом каждый случай или каждую акцию рассматривать отдельно – необходимость вмешательства, возможность реально помочь, объем инвестиций...

Александр Гаспаришвили:

Точно оценить соотношение трудно. Безусловно, корпоративная благотворительность является составной частью КСО. Благотворительность – исторически первая и наиболее распространенная часть КСО. У нас эти два понятия иногда отождествляются. Под КСО часто подразумевают благотворительную деятельность компании. В этом нет ничего удивительного, ведь понятие КСО в России появилось относительно недавно.

Михаил Гнедовский:

Я думаю, что благотворительность как поддержка общественно значимых инициатив – это важная форма проявления КСО. Это также сложная форма, ибо она требует стратегии, основанной на понимании общественных проблем, и наличия специальных технологий и навыков взаимодействия с общественными структурами.

Галина Григорьева:

Да, входит и является наиболее понятной и легко осуществимой формой помощи людям. Часть, которую она занимает, зависит от мотивов компании.

Денис Гуринович:

Безусловно, благотворительность является одной из форм КСО. Например, наша компания на постоянной основе ведет несколько благотворительных проектов (поддержка ряда детских домов и международный детский художественный конкурс UISAP — Unilever International Schools Art Project), но это лишь малая доля того, что делает компания в плане

Галина Мумрикова, *аналитический обозреватель журнала «Бизнес обозрение» Российской академии бизнеса и предпринимательства*

Виталий Расницын, *президент Российского отделения Международной ассоциации бизнес-коммуникаций (IABC)*

Павел Орлов, *доцент кафедры оценки бизнеса и конкурентоспособности, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск)*

Александр Чуев, *руководитель проекта «Система информационной поддержки НКО», ЗАО «Интернет-ресурсы» (РИНТИ)*

Александр Денисов, *старший научный сотрудник Института конструкторско-технологической информатики РАН*

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 6

Вернисаж

КСО. Рабочие места, открытия предприятий, уплата налогов – это тоже КСО. Причем, для государства более ощутимая, чем благотворительная деятельность бизнеса.

Александр Денисов:

Безусловно, входит. Однако эта точка зрения не является настолько же безусловно признанной в среде российских корпоративных чиновников и акционеров. Дело в том, для формирования такого понимания необходимо понимать и глубинную сущность КСО, о которой наши зарубежные коллеги не торопятся рассказывать, не желая допустить появления сильного конкурента. Ведь знание сути проблемы – главное средство конкурентной борьбы. Так вот, КСО является верхушкой айсберга всех современных методов конкурентной борьбы за привлечение инвестиционного капитала. А благотворительность есть элемент тактики использования этих методов. Мы привыкли к тому, что, бизнес должен быть моральным, этичным, социально ответственным, но все это – сущая чепуха! Бизнес должен создавать прибыль и только. А для создания прибыли необходимо, чтобы были защищены будущие денежные доходы. И средством защиты этих доходов является квалифицированное выстраивание внешних коммуникаций, частью которых и является благотворительная деятельность.

Проблема российского бизнеса в том, что российские бизнесмены не умеют рассчитывать эффективность инвестиций в благотворительную деятельность, т.е. в создание непрямых механизмов управления рисками и, как следствие, управлять ею. Говоря цинично, невнимание к благотворительности является очевидным признаком глубочайшего экономического и управленческого невежества. Но что здесь поделаешь? Это – одно из главнейших наследий советского образа жизни.

Игорь Беликов:

Ситуация сильно различается по разным компаниям. В одних соотношение 50:50, в других преобладают проекты КСО. Основная проблема в том, что корпоративные благотворительные проекты в большинстве случаев осуществляются разрозненно, без общего плана и системности. Там построили церковь, там стадион, там поддержали театр, а где-то школу. Нет комплексного подхода и согласования с проектами других компаний, осуществляющих благотворительные проекты на этих же территориях.

Алексей Костин:

В сознании многих россиян благотворительность и КСО довольно часто представляются примерно одним и тем же. Примерно также считает и абсолютное большинство российских бизнесменов: «Мы создаем рабочие места, платим заработную плату и налоги, да еще занимаемся благотворительностью! Что вы от нас еще хотите? Мы и есть социально ответственный бизнес!» Несколько шире свою социальную ответственность трактуют и представляют на сегодняшний день некоторые крупные российские компании, среди которых ГМК «Норильский никель», ОАО «ЛУКОЙЛ», РАО «ЕЭС России», ОАО «Татнефть», корпорация «Илим Палп», ООО «НОВОГОР-Прикамье», «ЕвразХолдинг», группа СУАЛ, ОАО «ММК», АКБ «РОСБАНК», Тольяттинский «ФИА-БАНК» и некоторые другие, перенимая передовой опыт в этой области у мировых лидеров бизнеса. Но и они лишь в самом начале пути.

Ведущие компании мира представляют сегодня КСО в форме концепции и отчетов по «устойчивому развитию» своего бизнеса в тесном и регулярном взаимодействии с обществом. В соответствии с этой концепцией бизнес постоянно ориентирован на свою социальную ответственность в трех взаимосвязанных областях, по трем «корзинам» ответственности, предусмотренным, кстати, международными стандартами в этой области: экономика, экология и социальная политика предприятия. В социальной корзине главная задача бизнеса в первую очередь в развитии своего собственного коллектива, его социального обеспечения и квалификации. И лишь затем по значимости идут благотворительность и спонсорство, включаемые, как правило, в

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 7

социальную «корзину» корпоративной ответственности.

Екатерина Кузнецова:

В настоящее время благотворительность скорее служит инструментом PR, чем реальной помощью. В российской благотворительности все еще очень сильны (и, к сожалению, не безосновательны) опасения, что средства не дойдут до получателя, а «потеряются» где-то по пути, но в идеале филантропия должна в обязательном порядке включаться в КСО.

Ирина Меньшенина:

В большинстве крупных международных и отдельных российских компаний – да. Какую часть – напрямую зависит от индустрии и размера компании.

Галина Мумрикова:

Благотворительность в российских компаниях, особенно в банках, весьма специфична. Конечно, это одна из составляющих деятельности компаний. У одних она занимает весьма почетное место в PR и вообще в имидже компании, у других считается почти что «побочным элементом». Так, Макдоналдс не скрывает свою благотворительную деятельность и делает на этом в какой-то степени свой имидж – причем с самого начала. Так же и Philip Morris, и Альфа-банк. А доля, которую эта сфера жизни занимает в каждой компании в отдельности, очень индивидуальна. Многое зависит от личности руководителя, президента, директора компании, другое – от ее коммерческой деятельности. Соотношения этих долей, наверное, компании сами до конца не знают.

Павел Орлов:

Да, входит, поскольку благотворительность, как и реализуемые на том или ином предприятии программы КСО, полностью зависит от финансового состояния предприятия.

Однако, лишь опосредованно связанная с текущей рыночной эффективностью, благотворительность зачастую вторична, а может и совершенно отсутствовать. В отличие от требования, — почти всегда, в силу действующего с 2001 г. Трудового кодекса, — обязательного исполнения расходов по номенклатуре КСО (human resources и менеджмент персонала, ОРС, социальная инфраструктура предприятия, экология, ресурсосбережение, добросовестная деловая практика, и т.д.).

Так и проведенные Государственной инспекцией труда в Челябинской области за шесть месяцев 2006 г. 2005 проверок выявили 32 688 нарушений (в т.ч., по 269 хозяйствующим субъектам, случаи задержки выплаты заработной платы) работодателями трудового законодательства РФ, вне связи с какой бы то ни было практикой благотворительности фигурантов этого законного контроля.

Виталий Расницын:

Компания тратит на благотворительность деньги акционеров и, в любом случае должна за них отчитаться. Будет ли это отчетность в рамках КСО или нет, зависит от менеджмента, от корпоративной стратегии компании.

Наталья Самовер:

Полагаю, что в качестве обязательного элемента не входит. Благотворительность, собственно, и отличается от КСО абсолютной бескорыстностью, т.к. ни прямо, ни косвенно не предполагает получения выгоды для компании (не считая имиджевого эффекта). Я легко могу представить себе компанию, которая заботится о своих сотрудниках и помогает местному сообществу, но при этом не покупает яйца Фаберже и не жертвует деньги на всероссийских благотворительных акциях. Но в то же время, учитывая подъем в последнее время интереса к благотворительности и престижа этой деятельности, крупная компания, на мой взгляд, уже не может обходиться без благотворительных проектов. Имиджевый эффект от этого стал достаточно сильным для того, чтобы оправдать подобные затраты.

Александр Чуев:

Благотворительность компаний может являться одной из составляющих КСО. На мой взгляд, рано говорить, что все компании осознанно подходят, как к КСО вообще, так и к благотворительности в частности. Все зависит от взглядов владельцев бизнеса или высшего руководства на саму суть благотворительности, от мотивов, по которым они при-

Вернисаж

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 8

шли к участию в благотворительности. А также от конкретных интересов компании в области PR, в области развития территорий, на которых расположена ее основная производственная база и ряда других факторов, которые оказывают непосредственное влияние на перспективы развития компании.

Вера Барова:

Все компании, имеющие благотворительные программы, относят их к КСО. Очевидно, что это – следствие их профессионального возмужания. Да и выступление Путина на заседании ТПП РФ, принятие Хартии социальной ответственности бизнеса РСПП сыграли свою роль в том, что термин «социальная ответственность» и ее составляющие вошли в лексикон и деятельность коммерческих организаций. Но нужно признать, что благотворительная деятельность не является приоритетной в КСО даже тех компаний, которые включили ее в свои корпоративные программы. Во многом благотворительность для них лишь элемент, составляющий имидж компании.

Чем отличается корпоративная от частной филантропии?

Владимир Аксенов:

Разница между частной и корпоративной филантропией лежит в эмоциональной плоскости. Частное лицо, делающее пожертвование, руководствуется своими ощущениями и личными предпочтениями, тогда как корпорация следует четко взвешенной стратегии, направленной на построение долгосрочных отношений с теми благотворительными организациями, проекты которых соответствуют идеологии развития компании-благотворителя.

Также для многих корпораций важно, чтобы их деятельность оценивали не только с точки зрения бизнес-результатов, но и с точки зрения социально ответственного поведения. Именно поэтому компании чаще, чем частные лица, рассказывают о своих благотворительных проектах.

Олег Алексеев:

В первом случае, это расходы юридического лица, а во втором физического. В первом случае решение коллективное, во втором – индивидуальное.

Мария Черток:

Субъектом, тем, кто инициирует и финансирует программу.

Частная филантропия преследует определенные социальные цели, и она не обязательно ориентирована на репутацию донора или на другие его интересы. Здесь как раз приоритетно достижение социальных результатов. В этом смысле частная благотворительность свободнее корпоративной.

Наталья Алимова:

Частная филантропия – это личное дело человека, корпоративная филантропия вписана в работу компании, она основана на планировании, расчетах, сметах, бюджетах и бизнес-планах. Другой вопрос, на что она нацелена, предпочтения корпоративной филантропии могут зависеть от личного интереса хозяина компании. С этой точки зрения грань между частной и корпоративной филантропией очень тонка.

Алексей Бодунген:

Наверное, корпоративная филантропия все-таки более планомерна, более сфокусирована на достижение долгосрочных целей. Если я жертвую свои личные средства – это мой выбор, и я могу себе позволить сделать это просто по «зову души». Те же, кто принимает решения от имени компаний, жертвуют совсем не свои деньги, и отвечают перед собственниками, акционерами, советом директоров. И они обязаны соблюдать баланс интересов, чтобы благородное дело помощи тем, кто в ней нуждается, не навредило бы бизнесу, а, в идеале – способствовало бы его укреплению и развитию. Если точка зрения иная – наверное, нужно управлять не бизнесом, а благотворительной организацией.

Светлана Волкова:

Частная филантропия является реализацией душевного порыва, в то время как корпоративная все-таки способствует в большей степени формированию позитивного имиджа организации, нежели реальному желанию оказать благотворительную помощь.

Павел Гагарин:

Отличие в том, что корпорация затрачивает деньги на благотворительные мероприятия из чистой прибыли, по закону это так. А частный филантроп вкладывает в это свои собственные средства. В деятельности компании речь идет не о личных средствах работников или директора, или менеджера, или даже учредителей, а о прибыли организации. Это – юридическая сторона вопроса. Если говорить о моральной стороне, то отличия не очень большие, потому что владелец компании точно так же распоряжается чистой прибылью компании, как частный филантроп распоряжается своим карманом.

Андрей Галкин:

Частным филантропом обычно двигает что-то одно: либо собственный имидж, либо собственная совесть. Все-таки человек, действующий от чистого сердца, не беспокоится, как его действия воспримут, а человек, «делающий лицо», отнесется к любой благотворительной акции бездушно, «ради галочки».

Александр Гаспаришвили:

Для современной России частная филантропия более новое явление, чем филантропия корпоративная. До недавнего времени свои личные средства на

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 9

благотворительность почти никто, даже самые богатые наши сограждане, предпочитали не тратить. Деньги шли через компании. Но сегодня намечается тенденция, когда владельцы крупнейших состояний часть своих личных средств передают на различные благотворительные цели. Появляются частные благотворительные фонды, правда, их еще не много. Для нашей страны частные или семейные фонды все еще довольно-таки редкое явление.

Занимаясь частной благотворительностью, бизнесмен может тратить деньги на то, что считает нужным он сам, а не его акционеры. Здесь можно не думать об имидже компании, об отношениях с властями или об общественном мнении. Вообще частная филантропия, в отличие от корпоративной, как правило, направляется личными склонностями благотворителей. Она может быть привлекательна для некоторых олигархов еще и тем, что, основывая благотворительный фонд для кого-нибудь из членов своей семьи, он тем самым решает проблемы трудоустройства или досуга родственников.

Михаил Гнедовский:

Это совершенно разные вещи. Если владелец компании вкладывает свои личные средства в какое-то начинание, он руководствуется своими личными побуждениями, убеждениями, склонностями, вкусами и пристрастиями. Если же он делает это от лица и на средства компании, это должно учитывать стратегию развития компании, т.к. в идеале корпоративная благотворительность – это продолжение имиджевой политики, а также политики компании в области PR и HR.

Более того, корпоративная благотворительность часто является косвенным инструментом маркетинговой стратегии компании. Пусть она и не предполагает непосредственной отдачи, но, если она умно построена, она улучшает климат, в котором существует и действует компания, и в этом смысле, в перспективе сулит ей экономическую выгоду. Подлинная социальная ответственность бизнеса вырастает из его стремления улучшить условия, в которых он работает, и тем самым повысить собственную эффективность. Разумеется, это возможно лишь в том случае, если бизнес развивается в относительно стабильных условиях и видит себя в дальней перспективе.

Галина Григорьева:

Корпоративная исходит из более глобального видения проблем страны, региона, области деятельности. Частная, скорее всего, имеет эмоциональную основу.

Денис Гуринович:

Разница принципиальная. Частный благотворитель волен лично решать, куда он направит свои средства, а корпоративная благотворительность движется в определенном русле. У каждой компании есть свои приоритетные направления деятельности. Например, Юнилевер в качестве приоритетных сфер благотворительности отмечает для себя проекты, ориентированные на поддержание здорового образа жизни и реализацию на практике нашей миссии Vitality – Придать Жизни Энергию. Кроме того, существенным отличием является тот факт, что корпоративная благотворительность чаще направлена не столько на сиюминутную помощь, сколько на долговременные проекты, которые призваны помочь развить возможности.

Александр Денисов:

Корпоративная филантропия является инвестиционной деятельностью в сфере управления стоимостью нематериальных активов бизнеса. Частная филантропия – удовлетворение за свой счет или за счет корпорации своих личных социальных амбиций, чувства личной значимости, формирование персональных систем частного патернализма или осуществление каких-либо более возвышенных и бескорыстных ЛИЧНЫХ устремлений.

Игорь Беликов:

Корпоративная благотворительность, как правило, преследует цели, связанные с деятельностью компании (развитие регионов, в которых компания ведет деятельность, создание позитивного общего имиджа и т.п.). Частная, – по идее, менее связана с какими-то деловыми интересами филантропа.

Игорь Карлинский:

Среди множества отличий наиболее значимыми являются 3: во-первых, это отличие в механизме подготовки и принятия решения. Корпорация, как правило, имеет больше возможностей для выработки стратегии в области филантропии, больше информации, меньше эмоций. Как результат, возмож-

Вернисаж

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 10

но, большая взвешенность решений. Во-вторых, корпоративная филантропия может быть частью стратегии корпорации, направленной на продвижение своих товаров и услуг. В-третьих, корпорации имеют больше возможностей для самостоятельной реализации филантропических проектов, требующих существенных имущественных и людских ресурсов. Они могут использовать уже имеющийся у них потенциал. Частному филантропу надо все начинать с нуля и/или искать исполнителей.

Алексей Костин:

Следует четко разграничивать корпоративную и частную благотворительность. Корпоративная благотворительность – это составная часть КСО, часть ее социальной «корзины» ответственности. Частная – это реальный «зов сердца» индивидуума, когда он после уплаты всех налогов жертвует свои личные деньги на благие с его точки зрения дела.

В России абсолютно преобладает корпоративная благотворительность, в развитых странах — частная филантропия. С одной стороны, это вопрос ментальности и определенных традиций. С другой стороны, в развитых странах акционеры и сотрудники компаний не очень-то приветствуют корпоративную благотворительность – ведь эти деньги из их «кармана». В нашей же стране бизнес крупных компаний устроен так, что менеджмент фактически принимает решения о благотворительности своих компаний, не особенно утруждая себя консультациями на эту тему со своими акционерами и сотрудниками. Это связано с низким уровнем корпоративного управления, игнорированием мнения миноритарных акционеров, слабыми профсоюзами и т.д.

Самый честный и правильный путь в этой области все же – частная филантропия. Корпоративная должна быть связана только с социальными проектами компаний, когда какие-то мероприятия для местных сообществ требуют просто наличных затрат.

Екатерина Кузнецова:

Для корпоративной важно освободить некий объем прибыли от налога, а также оповестить о такого рода деятельности широкую общественность. А частная помощь меньше по объему и по этому более адресна: т.е. ее можно лично передать получателю.

Ирина Меньшенина:

Корпоративная благотворительность осуществляется за счёт ресурсов и средств компании, а частная – за счёт частного лица. Чаще всего задачами компании, занимающейся филантропией, могут быть укрепление имиджа и воспитание лояльности сотрудников.

Галина Мумрикова:

Филантропия – это помощь и покровительство нуждающимся. По сути никакой разницы между корпоративной и частной филантропией нет. Но по жизни, тут, конечно, две большие разницы. Благотворительность по-российски сейчас носит чисто рекламный характер. По-настоящему люди бизнеса нужды не понимают. Для них те, кто не «состоялся» и не имеет денег на какие-то цели сами виноваты, что им не хватает денег.

Павел Орлов:

Отличается масштабами (поступок, акция, проект, программа, политика) и возможностями (по праву обладания, по праву распоряжения, по статусу, из тщеславия, по наивности, по глупости или со страха) привлекать искомые корпоративные или частные ресурсы для целей филантропии в пользу нуждающихся в ней.

Виталий Расницын:

Она как раз и отличается источником средств, которые расходуются на благотворительность: частный благотворитель может более свободно распоряжаться своими ресурсами, чем менеджеры компании.

Наталья Самовер:

Главное отличие, на мой взгляд, в цели. Целью корпоративной филантропии является достижение имиджевого эффекта, поэтому она преимущественно публична. Частная филантропия является личным делом отдельного человека, движимого некими внутренними побуждениями к самореализации. Удовлетворение, которое он получает от этой деятельности, в большинстве случаев для него достаточно, хотя в некоторых случаях может играть роль и такой лич-

Вернисаж

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 11

ный мотив как тщеславие. Существуют, отличия и по объектам благотворительности, вытекающие из объема средств, которыми оперируют благотворители.

Александр Чуев:

Источником средств: частная филантропия предполагает жертвование личных средств и имущества на благотворительные цели.

В России до сих пор распространена «серая благотворительность», которую не хотят афишировать. Как Вы думаете, почему? Или это одна из составляющих коррупции в России?

Владимир Аксенов:

К сожалению, примеры открытых публикаций о пожертвованиях в нашей прессе иногда приводят лишь к пристальному вниманию государственных (в частности, налоговых) органов к жертвователю. На Западе такая деятельность всячески поощряется, а для лица, осуществляющего благотворительность, предусмотрены налоговые льготы.

Олег Алексеев:

Я не очень понимаю вопрос. Например, органы госвласти попросили поддержать ту или иную акцию, компания в рамках своих отношений с этим органом выделила средства, что ж об этом говорить. Иногда, топ-менеджеры или акционеры дают свои личные средства в наличной форме, например, на строительство храма или конкретному человеку. Если, кто-то часть этих средств умыкнет, то при чем здесь коррупция. Если Вы имеете в виду такую форму взятки, то ей, полагаю, никто не пользуется. Связь благотворительности и коррупции используется теми, кто не хочет вводить в налоговое законодательство нормы, поощряющие благотворительность, и подозревает людей исключительно в плохих замыслах.

Мария Черток:

Частные благотворители могут не хотеть, чтобы об этом знали по самым разным причинам, в том числе это могут быть причины очень личные. Условно говоря, они помогаю заключённым, потому что кто-то из родственников сидит. Могут быть религиозные причины, может быть масса других соображений. Люди могут не хотеть PR, чтобы не думали, что они делаю это ради этого. Другое дело, что примеров правильной частной благотворительности не так уж много. Когда они появляются, хочется, чтобы об этом знали, и они были для кого-то примером. Но это другое соображение, которое не для каждого будет решающим. Что касается компаний, то у них благотворительность не должна быть личным делом. Если у компании один собственник, то возможно дела его компании – это его личное дело. В современном мире таких компаний не так уж много. Не думаю, что благотворительность компаний может быть предметом «корпоративной скромности», потому что тогда стратегические цели не будут достигнуты.

Что касается коррупции, у меня нет фактов на эту тему. Наверно, есть какие-то случаи, но системно благотворительность никак не основа коррупции – это точно.

Наталья Алимова:

Я думаю причин три. Первая, что человек делает доброе дело и из скромности не хочет, что бы об этом кто то знал. Вторая, чем более официально идет движение средств, тем больше уходит на банковские расходы, налоги и т.п. В этом случае «серая благотворительность» на первый взгляд выгоднее, и, в-третьих, возможно в какой-то степени это – уход от налогов и коррупция, хотя я, как директор благотворительного фонда, в своей работе с таким не сталкивалась.

Игорь Бекетов:

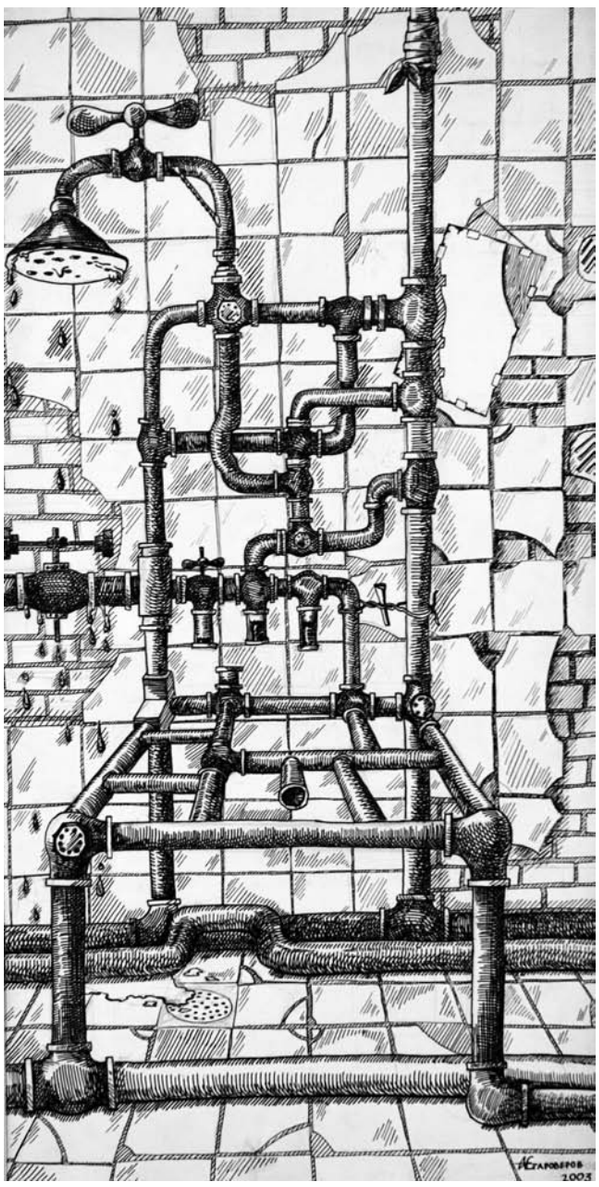
Сегодня в России сложилось двойственное отношение к благотворительности. С одной стороны она приветствуется в целом, но с другой – конкретный

Вернисаж

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 12

благотворитель оказывается под подозрением как общества («откуда у него такие средства?»), так и государственных структур, которые могут заинтересоваться его налоговой отчетностью. В постсоветской России, к сожалению, еще не сформировалось уважительное, благодарное отношение к успешным представителям бизнеса, которые имеют возможность оказывать помощь. Отчасти это объясняется национальным менталитетом, общественность не верит в бескорыстие, поэтому в добровольных пожертвованиях зачастую видят не высоконравственные побуждения, а попытку скрыть нечистоплотность деятельности той или иной фирмы, легализовать сомнительные доходы, или просто потратить свободные финансовые средства.

Вернисаж



Алексей Бодунген:

Во-первых, я против термина «серая благотворительность» в таком контексте. Если кто-то дает деньги, то, по большому счету, это дело касается благотворителя и того, кому дают – общественность тут не причем. Я могу широко сообщать о пожертвованиях, а могу и не сообщать. Не думаю, что кто-то, кроме самого жертвователя, вправе решать вопрос об обнародовании этого поступка.

А причин, скорее всего, несколько. Я бы назвал такие (не в порядке значимости): государственные органы – часть общества, и сообщать им о своей благотворительности, значит – рискнуть привлечь более пристальное внимание. Другая причина – опять же связана с государством. Ни для кого не секрет, что власти (особенно местные) любят указывать, куда именно направить благотворительные средства. И, хотя, это иногда делается весьма мягко, каждому понятно, что ссориться не стоит. В этом смысле, такое положение вещей – не «составляющее звено коррупции в России», а, скорее, одно из ее печальных последствий. Еще одно – возможно опасение, что, узнав о помощи филантропа в какой-то сфере, многие запросят от него того же.

Светлана Волкова:

Обычно благотворитель вместе с гордостью испытывает элемент смущения, который характеризует его не как жесткого бизнесмена, а человека сопереживающего, сочувствующего. Это может повредить его деловой репутации: он может прослыть в кругу своих коллег слабым человеком. С другой стороны, благотворители побаиваются делиться с нуждающимися, руководствуясь соображением: если он сам добровольно отдает какое-то количество денег, то сколько же остается у него. Также благотворительность является рычагом давления властных структур на бизнес, которому иногда предлагаются некие «свои объекты» нуждающиеся в поддержке, и прямой отказ благотворителя финансировать предлагаемое может повлечь не самые благоприятные последствия для бизнеса.

Павел Гагарин:

Ну, во-первых, он не хочет привлекать к себе излишнее внимание ни налоговых, ни правоохранительных органов, ни криминальных структур. Для них это будет сигнал о том, что у данного человека есть излишек средств, который можно отобрать. Есть и другая причина: в религиозных традициях русского меценатства всегда была анонимность: истинное доброе дело должно быть скромным по звучанию.

В России очень много инструментов для коррумпированных чиновников. Очень действенным инструментом до сих пор остаётся система благотворительных организаций, через которые можно таким образом отмывать деньги. Подобными схемами

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 13

многие чиновники пользуются, но эта схема к истинной благотворительности никакого отношения не имеет.

Андрей Галкин:

Я бы не увидел в таком поступке чего-либо «серого» или «теневого». Вдумайтесь: это нормальная реакция нормального человека – зачем кричать-то на каждом углу, какой ты хороший? А вот другая сторона медали – что общественность не особо интересуется своими благотворителями, меценатами – мне кажется более опасной...

Коррупция, конечно же, здесь не при чем. Коррупция – нелегальная покупка личных благ или прав за переданные чиновнику или иному менеджеру в личное пользование материальные блага или права. В коррупционной схеме существует условие «дашь на дашь», которое предполагает двустороннюю взаимосвязь. При чем здесь благотворительность?

Александр Гаспаришвили:

То, что Вы называете «серой благотворительностью», совсем не обязательно должно быть связанно с коррупцией. Нежелание благотворителя говорить о своих пожертвованиях может объясняться самыми разными мотивами. Многие считают, что наше общество еще не готово принять частную филантропию в той форме, в какой она существует на Западе. И эти опасения часто оправданы. Можно привести примеры, когда люди, занимающиеся благотворительностью, вызывали у объектов своей филантропии не благодарность, а раздражение и даже ненависть. Нежелание афишировать свою благотворительность может быть связана и с направленностью этой благотворительности. Не всем может понравиться, что кто-то оказывает помощь больным СПИДом, жертвует средства на реабилитацию бывших заключенных, или, что кто-то тратит деньги на защиту животных, когда люди живут за чертой бедности.

Михаил Гнедовский:

Я не буду говорить о «серых» схемах, специально сконструированных для «отмывки» денег, об «откатах» и т.д. Это действительно часть коррупции и пусть этим занимаются налоговые органы. Однако, действительно, есть случаи, когда благотворитель действует в рамках закона и при этом хочет остаться неизвестным. Здесь могут быть разные мотивы – от подлинной скромности до разного рода опасений. Например, человек или компания могут опасаться, что их завалят просьбами о помощи. Согласитесь, это разные вещи – быть благотворителем или слыть таковым. Кроме того, человек или компания, ступившие на путь благотворительности, могут опасаться прямого давления со стороны властей, стремящихся направить благотворительные средства по какому-то иному руслу.

Галина Григорьева:

Возможно, если это корпоративная благотворительность. Если частная – из соображений безопасности.

Денис Гуринович:

Основная причина наличия «серых» благотворителей – отсутствие традиции благотворительности в России. Если в странах Европы и Америки эта традиция имеет более чем 100-летнюю историю, то в современной России это всего лишь 10-15 лет. Кроме того, есть и ментальные отличия. Россияне по-прежнему считают, что о добрых делах говорить громко не прилично. И надо сказать, что даже крупные западные корпорации имеют у себя опыт проведения благотворительных программ без широкого освещения общественности. У нас тоже есть такая программа – раз в месяц сотрудники из разных отделов приезжают в определенные детские дома и оказывают индивидуальную помощь. В данном случае мы воспринимаем такие проекты не как часть КСО, а как внутрикорпоративные мероприятия, которые сплачивают сотрудники. Не стоит сбрасывать со счетов и чисто финансовый фактор – несовершенство механизма налогообложения благотворительных проектов.

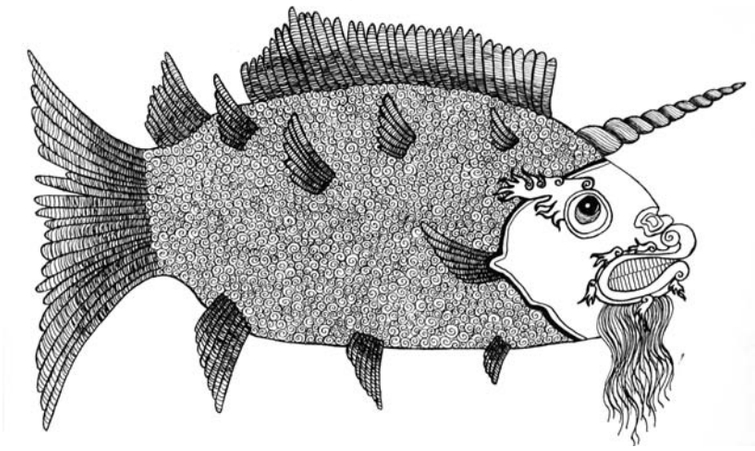
ОСНОВНАЯ ПРИЧИНА НАЛИЧИЯ СЕРЫХ БЛАГОТВОРИТЕЛЕЙ – ОТСУТСТВИЕ ТРАДИЦИИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

Александр Денисов:

Отчасти это – «рисовка»: ах, я такой скромный, «мы маленькая бедная фирма», но при этом всегда такой скромник втайне интересуется откликом на свои жесты. Отчасти тайная или непубличная благотворительность является очевидным признаком скрытого формирования систем частного патернализма, что в свою очередь указывает на то, что этот «благотворитель» принимает активное участие в формировании региональных или каких-либо иных военно-феодальных кланов, которые, как известно, являются основным системным или классовым противником правящей бюрократии. Еще один случай – благотворитель использует ресурсы своей компании для удовлетворения личных амбиций и делает это под видом филантропической деятельности. Наконец, четвертый случай – банальное разворовывание активов корпорации, благотворитель-

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 14

Вернисаж



ность, основанная на откатах, которые частично идут на подкуп чиновников и вообще нужных людей, частично – в свой карман, частично – на тайное финансирование негативных социальных, политических или военных проектов.

В любом случае, как только речь заходит о непубличной филантропии, это становится основанием для более внимательного изучения.

Игорь Карлинский:

Не стоит смешивать «серую» благотворительность и благотворительность, если так можно выразиться, «негласную». «Серая» – это не просто благотворительность, не освещаемая в СМИ. При ней используются серые финансовые схемы. Причин несколько. Назову две наиболее существенные. Благотворитель не хочет «светиться», чтобы не стать объектом вымогательства со стороны криминальных и/или властных структур. Второе, благотворитель боится помогать организациям, неугодным власти (федеральной, региональной, местной).

«Негласная» благотворительность использует легальные финансовые схемы. Говоря о ней, следует учитывать, что благотворительность – это не только поддержка театров, библиотек, и оказания помощи детям, старикам и инвалидам. Это и помощь людям, вызывающим в обществе не только сострадание, но и, увы, агрессию: наркоманам, ВИЧ-позитивным, бездомным и другим. Поэтому, содействие бизнеса таким группам населения зачастую оказывается под условием неразглашения информации о благотворителе в СМИ.

Алексей Костин:

К сожалению, это, как правило, составная часть коррупционных связей. К тому же деньги обычно в этих случаях передаются в наличной форме, что само по себе преступление, т.к. с них не уплачиваются налоги и они к тому же еще и незаконно обналичиваются. Однако, есть и еще одна сторона такой «благотворительности» – в России закон не стимулирует эту деятельность, заставляя, если официально, выплачивать средства на благотворительные цели из чистой прибыли компаний. Есть и еще две причины: нежелание «светить» свои финансовые возможности перед своими «коллегами» и налоговыми органами, а также боязнь официально профинансировать «не ту» организацию или мероприятие с точки зрения власть предержащих. К тому же очень часто такая благотворительность является по существу взяткой.

Ирина Меньшенина:

Причины могут быть разные: скромность, нежелание афишировать свои возможности, а иногда боязнь, что тех, кто обращается за помощью станет больше. Серая схема – это когда предлагают пожертвование в адрес благотворительного фонда в обмен на обналичивание части денег. Среди моих коллег из НКО я не знаю тех, кто жил бы по таким схемам, но клеймо было поставлено на весь сектор в 90-х годах, и иногда нет-нет да услышишь: «знаем мы вашу благотворительность..» Мне кажется, что с тенденцией к увеличению прозрачности благотворительных организаций, таких возможностей станет всё меньше.

Галина Мумрикова:

«Серая» благотворительность всем известна. Даже старушки у дома на скамейке знают, кто платит налоги, а кто нет. И на благотворительность мы смотрим не без оснований как на способ отмывания денег. И ТВ, и пресса тоже потихоньку делают свое «черное» дело. Писать же о хорошей филантропии как-то немодно. Наша филантропия обросла уродливыми элементами – неуместной пышностью, отсутствием всякого человеколюбия, или, напротив, умалчиванием и отсутствием всякой информации.

Павел Орлов:

Не исключено, что в отличие от прочих граждан, бизнесмен имеет гораздо меньше возможностей уклоняться от «обязательственных» отношений с представителями государства; собственно, коррупция и возникает в результате «взаимодействия» должностных лиц с предпринимателями, когда последние «разрешают» или «нивелируют» проблемы своего бизнеса (добиваясь, чтобы «таможня дала добро» как через дачу «торта», так и посредством «покупки яиц» или «озеленения Северного полюса»).

Виталий Расницын:

Причины разные, в том числе и связанные с системой налогообложения. Меняются и подходы к благотворительности. Кто-то видит в ней моральный императив и считает, что это его личное дело, кто-то не хочет привлекать к себе внимание, потому что считает, что оно может повредить; кто-то, на-

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 15

верное, использует «серые» схемы благотворительности в корыстных целях.

Наталья Самовер:

Причины этого явления достаточно сложны. Наиболее очевидная из них – этический запрет на похвальбу своими добрыми делами. Кроме того, частные филантропы в значительной степени руководствуются побуждениями личного характера и получают моральное удовлетворение от сделанного доброго дела. «Серая» корпоративная благотворительность имеет другие корни. Я полагаю, что главная ее причина – то, что бизнес еще далеко не в полной мере выработал в себе достаточное чувство собственного достоинства, которое позволяло бы ему ощущать себя легитимной общественной фигурой и не бояться привлекать к себе внимание. Бизнес пытается уходить в тень не только потому, что скрывает доходы, но и потому что на свету ему просто неуютно. Общественная атмосфера у нас пока не очень благоприятна для бизнеса. Он все время чувствует себя виноватым. Даже если он делает доброе дело, его подозревают в том, что он делает это, чтобы замолить грех или отмыть деньги.

Александр Чуев:

Это скорее не «серая», а непубличная благотворительность. Сокрытие факта благотворительности происходит из-за боязни то ли привлечения внимания власти и разнообразных контрольных органов, разного рода мошенников и недобросовестных псевдорадетелей за судьбы мира, то ли мнения общества о способах приобретения им своего состояния. Все это отражает нездоровую ситуацию в сфере бизнеса.

Вера Барова:

«Серая» благотворительность, безусловно, является одним из звеньев коррупции в России. Но дело не только в этом. В качестве аргументов бизнесмены, не желающие афишировать свои благотворительные вклады, ссылаются на то, что православные традиции предписывают им бескорыстие.

Российские некоммерческие организации (НКО) испытывают нехватку средств для осуществления своей деятельности, в том числе и той, в которой заинтересованы корпоративные благотворители. Как Вы считаете, это проблема недоверия между бизнесом и НКО или дело в чем-то ином?

Владимир Аксенов:

В России нет устоявшейся традиции взаимодействия с НКО. Мы лучше понимаем и с большей готовностью выделяем средства на конкретные благотворительные проекты.

Также есть проблема с недостаточно высоким уровнем подготовки части сотрудников НКО, особенно на уровне исполнителей. Как правило, средства на благотворительность выделяются быстро при условии грамотно сформулированного запроса, позволяющего жертвователю сразу понять – на что, куда, кому и какую сумму он может направить. Запросы обязательно должны быть подкреплены документами, подтверждающими «прозрачность» НКО – ведь компании хотят иметь гарантию того, что деньги попадут по адресу. Жертвователи заинтересованы в долгосрочных взаимоотношениях с НКО и должны быть уверены, что у некоммерческой организации есть необходимый опыт работы и прозрачные планы на будущее.

Олег Алексеев:

Если законодательство не поощряет ту или иную деятельность, то она всегда испытывает недостаток в ресурсах.

Мария Черток:

Средств на благотворительность не стало меньше, их стало больше, потому что иностранные деньги никогда не были определяющими для сектора в целом.

Компании тоже работают с НКО, но, на мой взгляд, пока не очень интенсивно. Тому есть несколько причин. Во-первых, существует миф про адресную помощь – допустим, конкретному человеку, которому нечего есть. В таком контексте НКО воспринимаются как посредник, отбирающий часть денег, которые могли напрямую пойти голодающему. Это совершенно безграмотное представление и с ним надо бороться. Во-вторых, велик соблазн поддерживать государственные бюджетные организации, не НКО: их понятно как найти, это будет работать на укрепление отношений с местными властями, они активны в том, чтобы просить деньги. В этом нет ничего дурного, но это не самый эффективный способ использования ресурсов, как и первый, потому что бюджетные организации далеко не самые эффективные поставщики социальных услуг. Есть ещё и вопросы репутации сектора, вопросы доверия к сектору, вопросы того, чтобы показать, что сектор делает правильные и значимые вещи, которые никто другой не делает.

Наталья Алимова:

Я думаю причина в недостаточном профессионализме НКО. Настоящая история третьего сектора у нас очень маленькая, но мы учимся, набираемся опыта. И процесс идет к тому, что появится «социальный аутсорсинг», когда предприятия будут отдавать НКО не только уборку и бухгалтерию, но

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 16

Вернисаж

и разработку и осуществление своих социальных программ.

Игорь Бекетов:

Проблема недоверия тоже имеет место быть. Сегодня многие крупные финансово-промышленные группы создают свои благотворительные фонды. В первую очередь, это удобно с точки оперативного управления, так как оптимально работает система контроля, и деятельность фонда наиболее прозрачна. Кроме того, так лучше выстраивается концепция благотворительной помощи компании, системность реализации проектов.

Еще одной причиной является неэффективность деятельности НКО в России. Если крупные западные фонды аккумулируют пожертвования частных лиц и вклады бизнеса и для них государство создает льготные условия: специальную систему налогообложения, отчетности, то в России такого рода фонд облагается всеми налогами и становится малопривлекательным для личных отчислений граждан.

Алексей Бодунген:

Все зависит от благотворительных «амбиций» компании. Если помогать, например, конкретному детскому дому, дому престарелых, нескольким конкретным семьям и т.п., то, наверное, выгодней делать все самим и обходиться без посредников. А вот если бизнес нацелен на большие объемы помощи, на многочисленных благополучателей, тогда есть прямой резон прибегнуть к сотрудничеству с надежной опытной НКО, которая обладает и необходимой информацией, и технологиями, и подготовленным персоналом. Вопрос, как такую найти? И здесь, я думаю, дело не столько в недоверии, сколько в нехватке доступной для компаний информации, которая помогла бы сделать правильный выбор.

Светлана Волкова:

Безусловно, проблема недоверия между бизнесом и НКО существует, поэтому для того, чтобы бизнесу не отвлекать свой персонал для благотворительных мероприятий, создаются, как правило, свои благотворительные фонды или другие НКО для непосредственной реализации благотворительной деятельности. А НКО «с улицы» очень сложно получить столь необходимые средства для прямой помощи нуждающимся.

Павел Гагарин:

Конечно, проблема недоверия есть, потому что масса НКО существует для отмывания денег, для прикрытия другой деятельности, как механизм взяток, воровства денег из бюджета. Естественно, честные бизнесмены не хотят контактировать с такими организациями. Но где получить информацию о том, какие организации действительно занимаются благотворительностью, а какие работают по всевозможным неблаговидным схемам. Большой вопрос, как это можно отследить?

Андрей Галкин:

Наверное, «недоверие» – слишком общая характеристика. Правда, направление она задает верное. Между НКО в России и бизнесом существенная разница в природе, в инстинктах, если хотите. Бизнес уже привык к точности формулировок, четкости задач, ясному пониманию возможностей, сроков, цен, гарантий. НКО же просто «занимаются богоугодным делом», больше ориентируются на слова, чем на функции, не привыкли к отчетности и контролю. Поэтому бизнесу проще управлять подотчетным и подконтрольным персоналом, чем надеяться на довольно неконкретные НКО.

Александр Гаспаришвили:

Да, действительно, довольно часто можно говорить о недоверии. Далеко не все компании готовы передавать свои средства НКО, не будучи вполне уверенными в том, как эти средства будут потрачены. Многое зависит и от того, на что направлена деятельность конкретной НКО. Если речь идет о правозащитных организациях, то с ними сегодня вообще мало кто хочет связываться. Но дело не только в недоверии, но и в отсутствии опыта сотрудничества такого рода. Система соответствующих отношений между бизнесом и НКО еще только складывается и через несколько лет ситуация здесь не будет особенно отличаться от стран Запада.

Михаил Гнедовский:

В некоторых случаях для осуществления корпоративной благотворительности может быть создан специальный отдел, в других – фонд, в третьих –

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 17

компания может действовать через посредников, выбирая их из существующих НКО. Такой аутсорсинг бывает весьма эффективным, т.к. НКО по своей природе умеют работать с общественными инициативами. Эта сфера еще формируется. И бизнес, и НКО делают только первые шаги. Пока проблема в том, что бизнес действует на поле благотворительности хаотически, а НКО не умеют говорить с бизнесом на его языке. Здесь нужен длительный диалог, своего рода переговорный процесс, который позволит определить приоритеты бизнеса, сформулировать стратегию благотворительности и наладить деловые схемы взаимодействия с общественными структурами.

Галина Григорьева:

Недоверие, неумение сотрудничать с НКО, отсутствие надежного и простого способа получить информацию обо всех существующих НКО, их специализации, профессионализме, истории и т.д.

Денис Гуринович:

Безусловно, элемент недоверия между бизнесом и НКО есть. Но проблема не только в этом. НКО недостаточно осведомлены о нуждах бизнеса и не понимают для чего компаниям необходима благотворительная деятельность. Также к числу проблем стоит отнести отсутствие специалистов по спонсорингу со стороны НКО, непрозрачность и неконтролируемость финансов. Однако основная проблема не в этом. На наш взгляд, системная помощь малоимущим, инвалидам, больным и прочим незащищенным слоям населения все-таки основная задача не бизнеса, а государства и специально созданных для решения этих задач структур. Для бизнеса более естественно оказывать поддержку в рамках определенных программ, которые работают на перспективу.

Игорь Беликов:

НКО в целом находятся под слабым общественным контролем. Нет данных об уровне зарплат их сотрудников, бюджетах. У ряда НКО есть тяготение использовать получаемые средства по своему усмотрению, не всегда жестко связанному с представлением о целях этой помощи, которые имеют компании, предоставившие средства. У нас очень много НКО политического и квазиполитического характера и явно недостаточно НКО в таких сферах как медицина, дошкольное развитие, образование, наука, муниципальное развитие.

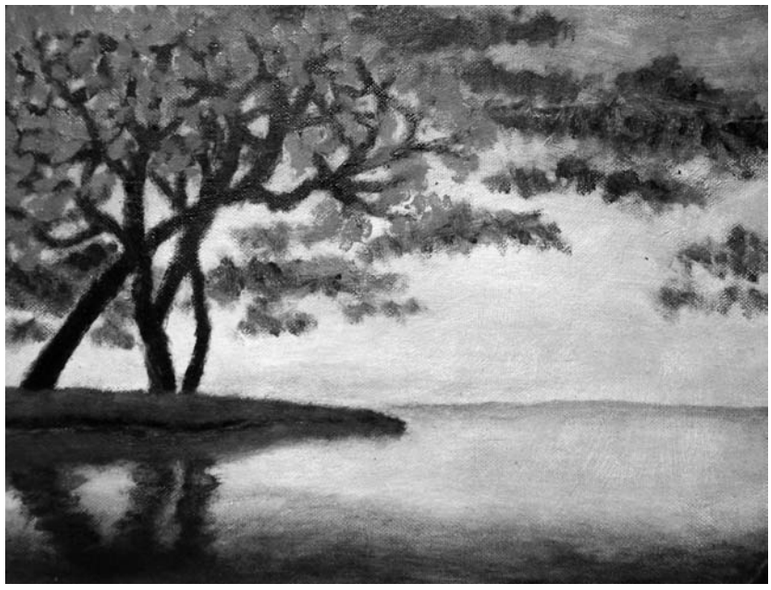
Игорь Карлинский:

Причин несколько. В том числе страх потенциальных благотворителей получить проблемы из-за спонсирования «не той» НКО. Что касается недоверия, я воздержался бы от обобщений. В России уже сформировался круг НКО, обладающих хорошей деловой репутацией. Труднее молодым организациям, созданным по инициативе «снизу». В отличие от «властных проектов» у них нет мощной поддержки «сверху», а в отличие от давно работающих НКО – деловой репутации. Последнее, впрочем, дело наживное.

Алексей Костин:

Бизнес станет добровольно выделять все более серьезные средства на программы борьбы с преступностью, алкоголизмом и наркоманией, СПИДом, беспризорностью и на другие цели только в том случае, если власть и гражданское общество через некоммерческие организации обеспечат полную и регулярную подотчетность и открытую оценку эффективности используемых корпоративных средств. Мировой опыт показывает, что подавляющая часть благотворительных средств компаний направляется в адрес целевых социальных групп через специальные фонды и некоммерческие организации. Компании не берут на себя бремя дополнительных организационных издержек, а заключают договора на реализацию благотворительных и социальных проектов с этими профессиональными организациями. Они не занимают своих сотрудников непрофильной дополнительной работой, предпочитая оплачивать организационную и экспертную работу профессионалов в НКО, в бюджетах которых эти издержки обычно составляют 10-15% от сумм реализуемых проектов. Интересно, что в районах, где отсутствуют соответствующие фонды и некоммерческие организации, сами компании выступают

Вернисаж



bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 18

инициаторами их создания и учредителями. Именно таким образом частный бизнес «подпитывает» и развивает гражданское общество в этой сфере. Реальная наша проблема в том, что НКО зачастую находятся в поле «большой политики». А власть, как известно, «не советует» бизнесу заниматься политикой. Политическая же роль российского бизнеса за последние годы сведена почти на «нет».

Екатерина Кузнецова:

Причин может быть несколько: от недоверия до получения возможности освободить часть прибыли от налогов.

Ирина Меньшенина:

Бизнес не доверяет НКО в вопросе эффективного обращения с деньгами. Здесь и вина и беда сектора НКО в России, потому что деловому подходу к ведению благотворительной деятельности пока у нас нигде не учат! Руководителями НКО становятся люди не из мира бизнеса. Они знают, как решить социальную проблему, но не знают, как посчитать деньги на это решение. Бизнес не всегда способен просчитать долгосрочную выгоду от сотрудничества с НКО, ведь вложения такого рода не приносят моментальных и конкретных результатов.

Галина Мумрикова:

А не надо отвлекаться от дел, чтобы заниматься благотворительностью. Создается специальный отдел, который и занимается этой деятельностью.

Павел Орлов:

Так называемые «профильные» неправительственные некоммерческие организации, работающие с конкретными целевыми группами населения или просвещающие местное сообщество по различным аспектам его житейского существования, действительно испытывают нехватку средств и, при том, постоянно оказываются перед необходимостью добиваться распространения, как минимум «непротиворечивой», а в идеале – «позитивной» и «привлекательной» известности ради собственных будущих социальных проектов. Но ведь эти организации – далеко не всё, что можно объединить понятием НКО.

Особое место занимают структуры, на чей счет российские предприниматели вне зависимости от масштабов собственного бизнеса достаточно прагматичны и легки на подъем, а именно «элитарные» неправительственные некоммерческие организации (определение В.Н.Якимца), к числу которых относятся, в частности, «vip-аэродромы» («фонды-пристанища», именные фонды, и т.д.) и бизнес-ассоциации.

Виталий Расницын:

Я думаю, что главная причина – неумение менеджеров НКО заниматься фандрайзингом и вообще менеджменту НКО не достает профессионализма.

Наталья Самовер:

Скорее всего, это следствие недостаточного развития культуры взаимодействия НКО и бизнеса вообще, а также недостаточного развития культуры благотворительности в России. То и другое – явления стадиальные, которые, как я надеюсь, через несколько лет будут преодолены практикой. Само по себе понятие аутсорсинга для бизнеса становится все более понятным и привычным, поэтому оно может быть распространено и на отношения с НКО – посредников в благотворительной деятельности. Но для успеха этого требуется определенная зрелость со стороны самих НКО. Отсюда вытекает задача – необходимо усиленно формировать пул репутационных НКО, продвигать их в СМИ, чтобы на их примере приучать публику и бизнес к тому, что НКО могут быть профессиональны и эффективны, и им можно доверять.

НЕОБХОДИМО ФОРМИРОВАТЬ ПУЛ РЕПУТАЦИОННЫХ НКО, ПРОДВИГАТЬ ИХ В СМИ, ЧТОБЫ НА ИХ ПРИМЕРЕ ПРИУЧАТЬ ОБЩЕСТВО И БИЗНЕС К ТОМУ, ЧТО НКО МОГУТ БЫТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫ И ЭФФЕКТИВНЫ

Александр Чуев:

Причин недоверия, когда оно возникает, по всей видимости, много. И они в каждом случае разные. Доверия, конечно же, будет возникать со временем больше, когда вопросы прозрачности, открытости, организации управления, фандрайзинговой деятельности, маркетинга, PR, рекламы станут для НКО такими же очевидно понятными и необходимыми. Последовательность достаточно простая: позитивная идея + профессионализм = эффективность + репутация + доверие.

Вера Барова:

Отсутствие доверия в российском обществе – общепризнанная вещь. И бизнесмены сегодня не желают доверять не только НКО, но и партнерам вообще. Для того, чтобы вести любое дело вне компании, нужны именно партнеры. Поэтому им легче дать поручение своим сотрудникам и спросить с них. Спросить же с получателей благотворительной помощи очень часто мешает ложная скромность.

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 19

По количеству миллиардеров Россия недавно вышла на «почетное» второе место в мире сразу после США. Почему, на Ваш взгляд, по сравнению с США у нас просто единицы филантропов, выделяющих деньги на благотворительность из личных средств?

Владимир Аксенов:

Этот вопрос крайне трудно комментировать просто потому, что в нашей стране до сих пор нет точной статистики о количестве жертвователей и размерах пожертвований.

Если говорить в общих чертах, то серьезные социально-экономические преобразования в нашем обществе начались не так давно – в начале 90-х годов. Потребуется еще некоторое время для того, чтобы люди осознали всю важность социально ответственного поведения и начали принимать активное участие в благотворительных проектах.

Олег Алексеев:

Не надо путать, как говорили, божий дар с яичницей. Американский бизнес унаследовал благотворительность у своих европейских корней, а российский? Я считаю, что активность российских бизнесменов в сфере благотворительности достаточно высокая и постоянно растет. Среди моих друзей бизнесменов нет ни одного, кто бы не осуществлял благотворительные акции, некоторые уже имеют свои благотворительные фонды. Более того, многие переносят свою активность с бизнеса на благотворительную деятельность. Это еще одно подтверждение, что цели людей в экономике не берутся, их цели находятся в зоне общественного признания. Скоро и у нас будут семейные благотворительные фонды, превышающие $1 млрд. И все же качество благотворительных проектов пока страдает. Это иногда похоже на моду в тусовке, а не сердечную озабоченность. Положение выравнивается, но не быстро, как не быстро изменяется духовная сфера нашей жизни.

Мария Черток:

Конечно, есть какая-то часть филантропов, не известных широкой публике, это понятно. Тем не менее, общее число состоятельных благотворителей существенно меньше, чем в тех же Штатах. Такое положение вещей определяют несколько факторов. Во-первых, прошло мало времени, люди ещё не вполне осознали, что уже заработали состояния, и это их средства. Они продолжают заниматься бизнесом, при том, что филантропией обычно занимаются, когда активная фаза зарабатывания денег закончена и система работает сама, а тогда, как говорится, можно и о душе подумать. Кроме того, не последним здесь является налоговый вопрос. В США филантропия сильно стимулируется налогами. Вопрос общественного признания несомненно важен. Если нет культуры признания благотворительности, то нет и никакого стимула, помимо налогового. Всё это, я уверена, будет развиваться в России.

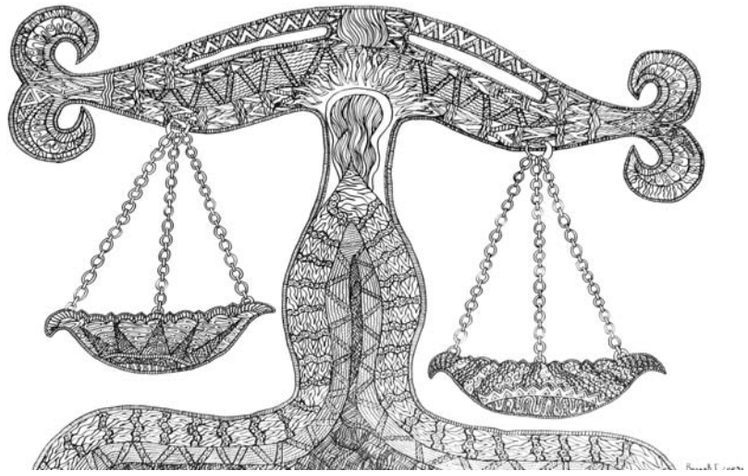
Наталья Алимова:

Как показывает история благотворительности, как правило, филантропией начинает заниматься лишь второе поколение богатых людей. Разбогатевший выходец из трущобы думает зачастую лишь о себе и своих потомках. И лишь его дети, выросшие в большом доме и получившие образование в элитном колледже, начинают думать о ближнем. Мы в этом плане страна уникальная, подавляющее большинство наших богатых, богаты в первом поколении, и, несмотря на это, они и сами занимаются благотворительностью и их компании осуществляют благотворительные программы. Большое им за это спасибо!

Игорь Бекетов:

Здесь несколько вполне объективных причин. В России сегодня сложилось лишь первое поколение состоятельных людей, готовых вкладывать средства в благотворительные проекты. Традиции благотворительности, которые очень важны для этой сферы, в советское время в силу идеологических причин и проводимой социальной политики, были практически уничтожены и потребуется определенное время, чтобы они вновь сложились. Очень важным моментом является отношение общества и государства к

Вернисаж



bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 20

Вернисаж

бизнесу в целом. И здесь необходимо время и большая просветительская работы, чтобы в сознании нашего общества закрепился тот факт, что бизнес является неотъемлемой составляющей социально-экономической системы и наиболее социально продвинутым и социально ответственным сегментом российского общества.

Далее – несовершенство российского законодательства в сфере благотворительности, которое, к сожалению, не только не поощряет эту деятельность, но и наоборот тормозит дальнейшее развитие этого сектора, сокращая возможные объемы денежных поступлений в социальную сферу.

Алексей Бодунген:

Время еще не приспело. Думаю, что как только миллиардеры перестанут чувствовать страх «раскулачивания», ситуация начнет меняться в лучшую сторону более динамично.

Светлана Волкова:

Миллиардеры в США имеют многолетний стаж. Они реально понимают, что ездить сразу на двадцати машинах, плавать на десяти яхтах и летать в пяти самолетах не представляется возможным. Они уже научились воспринимать свое богатство как само собой разумеющееся и не афишируют его, при этом, безусловно, сохраняя высокий собственный уровень жизни и своей семьи. Когда у человека давно уже все хорошо, он испытывает душевную потребность делиться не только деньгами, но и личным временем и личным участием. Уровень самосознания и душевной культуры российских миллиардеров, наверное, тоже очень высок, но вероятно у них нет ни времени, ни навыков оказать личное участие и внимание тем, кто рядом с ними. Может быть, только самые эмоциональные из них или те, у кого стаж владения миллионами перевалил за 10 лет, все-таки проявляют склонность к благотворительности.

Павел Гагарин:

Во-первых, единицы выделяют официально. Понятие «благотворительность» в России и США совершенно разные. В США считается нормальным и обычным оказывать благотворительность, получая за это некие встречные блага в виде налоговых, административных льгот, лоббировании своих интересов в административных органах. В России нет закона о лоббировании, а в США есть целый институт лоббистских организаций, который очень плотно работает с благотворительными и другими фондами, и через фонды осуществляется частичное финансирование этих организаций. Пусть у нас это всё не так хорошо отлажено и организованно, но зато российская благотворительность имеет значительную духовную основу. Поэтому у нас филантропов довольно много, просто не многие это делают открыто.

Андрей Галкин:

Есть такая пословица: «Миллион в гроб не положишь». Рано или поздно перед каждым миллиардером встанет вопрос – а какой ты след на земле оставил? Этот вопрос элементарно раскладывается на уже упомянутые две задачи: либо «клеить имидж», либо «глушить совесть».

Вспомните самый яркий пример последнего времени: богатейший человек планеты Билл Гейтс объявил, что намерен отстраниться от управления Microsoft и посвятить себя благотворительности. Это заметная личность, на виду, а его последователей просто не видно, они неизвестны, но они есть, и немало, об их делах общественность не знает. Например, спросите кого хотите, ведь не вспомнят, что тот же Гейтс пожертвовал $287 млн на разработку вакцины против СПИДа.

Про благотворительность российских миллиардеров и говорить нечего. Они делают, что могут, потому что толстый кошелек не в силах изменить нормальную человеческую здоровую природу. Но все эти поступки остаются неизвестными и долго еще останутся.

Наша страна – «колыбель социалистической революции» и в ней последнее столетие деньги любят тишину. В царское время меценаты были широко известны — Мамонтов, Морозов, Третьяков. Сейчас колыбель еще качается, потому и будет тихо, пока такие колыбельные, как «Интернационал», на слуху.

Александр Гаспаришвили:

Наверное, для этого есть несколько причин. Здесь и утрата за годы советской власти традиций благотворительности, и то, что класс предпринима-

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 21

телей еще слишком молод и в основной своей массе «не созрел» для того, чтобы расставаться с деньгами на филантропические нужды. В какой-то мере это связано с недостаточным вниманием государства к созданию побудительных условий для благотворительности, с несовершенством налоговой системы. Также можно говорить и о недостаточной активности гражданского общества и, в частности, НКО в формировании общественного мнения, поощряющего филантропию. Для того чтобы благотворительность росла, вокруг благотворительных организаций должно быть создано цивилизованное информационное пространство.

На самом деле, благотворителей вовсе не единицы. Другое дело, что благотворительность плохо институциализирована и потому часто невидима. Кроме того, у нас пока с этим связано множество предрассудков: стыдно быть богатым, стыдно просить отчет, если ты дал кому-то денег и т.д. Благотворительность часто воспринимается только как «подаяние», однако она может быть устроена и принципиально иначе. Например, бывает венчурная благотворительность. В этом случае средства отдаются в расчете на какой-то «прорывной» результат – изобретение, открытие, создание художественного произведения, социальную инновацию и т.д. Плохо то, что благотворительность пока не является предметом широкой общественной дискуссии. СМИ в основном ностальгируют по временам Третьяковых и Морозовых и очень мало пишут о реальных проблемах благотворительности в сегодняшней России.

Галина Григорьева:

Потребность помогать не зависит от количества денег, и воспитывается с детства. Соотношение помогающих и тех, кто не помогает, среди гораздо менее обеспеченных людей в США и России будет также не в нашу пользу.

Александр Денисов:

Если филантроп не понимает, во что он инвестирует свои средства, как ими управлять, как и в каком объеме они будут возвращены в виде будущих денежных доходов, он неизбежно станет относиться к филантропии как к удовлетворению своих личных потребностей или социальных амбиций. А тут у филантропии есть конкуренты: шопинг, покупки клубов или яхт и т.п.

Игорь Беликов:

В основном потому, что общественное мнение у нас мало что значит. Кроме того, для национальной культуры присуще пускание пыли в глаза. Отсутствует осознание необходимости соблюдать какие-то общественные нормы, пусть даже лицемерно. Вызов их воспринимается как признак крутизны и возбуждает интерес или даже восхищение СМИ.

Игорь Карлинский:

Основных причин, на мой взгляд, две. Во-первых, для многих наших буржуа ещё не закончился период «первичного накопления капиталов». Этому весьма способствует нестабильность правил «игры», в том числе законодательства, политики и отношения властей. Во-вторых, отсутствие филантропической культуры и традиций. Старые традиции были уничтожены, а новые ещё не сформировались. И, дай Бог, сформируются к тому моменту, когда у наших внуков будут свои внуки.

Алексей Костин:

Три основные причины: как бы не «засветиться» своим чрезмерным богатством, как бы не поддержать то, что не входит в планы власть предержащих и не попасть под «прокурорско-налоговый каток» и просто страх, «как бы чего не вышло» в условиях «игры без правил» в этой области.

Екатерина Кузнецова:

Не думаю, что признанные западом миллиардеры являются таковыми официально на родине, следовательно, они недоплачивают налоги. А кому же хочется быть «выведенным на чистую воду» налоговыми органами через благотворительность?

Ирина Меньшенина:

Если говорить про США, то там очень простой и

Вернисаж

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 22

Вернисаж

понятный механизм: сделал пожертвование, значит, снизил свой налог практически на эту же сумму. Многие предпочитают отдать кому-то по своему выбору, нежели отдавать государству. В России нет разработанных механизмов внесения пожертвований, нет политики поощрения частных пожертвований, нет налоговых льгот. В Англии, например, есть несколько ежегодных благотворительных ТВ-шоу, рассчитанных на частные пожертвования. Средний размер такого взноса составляет 10-20 фунтов, а в результате, собирают за один вечер десятки миллионов. Эти программы идут на главных телеканалах, а ведущие СМИ пишут об этом на первых полосах. Есть культ и традиция, привыкание к которой начинается с детства.

Галина Мумрикова:

А личных средств жалко. Для пожертвований надо морально дорасти. Наши же миллиардеры, скорее, вложат в побочный бизнес. Бизнес – это одна «тусовка». Все остальные – другая. До понимания – путь долгий и тернистый.

Павел Орлов:

Действительно, по опубликованным в мае текущего года на www.americaru.com данным агентства Harris Interactive, подавляющее большинство (92%) американцев постоянно жертвуют деньги негосударственным некоммерческим организациям (ННКО). Примерно половина жителей США ежегодно направляет на благотворительность $500 и менее, 6% — более $5 тыс.Что же касается отечественных реалий, то нельзя не учитывать два обстоятельства: во-первых, полученное в ходе Всероссийской переписи населения 2002 г. определение структуры источников средств к существованию граждан в РФ, 23,3% россиян таковым указали «иждивенчество», порядка 32% — стипендию, пенсию, пособие или «другой вид государственного обеспечения». Во-вторых, результаты ряда социологических исследований рынков бытовой и деловой коррупции в России, позволяющие с известной степенью правдоподобия констатировать факт буквального отсутствия у населения средств, которые оно посчитало бы возможным или необходимым направить на благотворительность.

Виталий Расницын:

Не миллиардеры определяют лицо благотворительности. Филантропия – это часть образа жизни богатых людей на Западе. Должно пройти время, чтобы богатые россияне стали ощущать необходимость участия в филантропических акциях. Но я уверен, что уже очень скоро благотворительность станет частью образа жизни и у нас.

Наталья Самовер:

В России, к сожалению, еще отсутствует культура богатства. Я полагаю, что главная причина – в психологии богатых людей. В душе они остаются бедняками, на которых свалились случайные деньги, и поэтому они боятся расстаться даже с малой их толикой, потому что не уверены в будущем. Богатые россияне не чувствуют себя уважаемыми членами общества, поэтому они не считают проблемы общества своими, стараются по возможности от общества отгородиться. Эта ситуация должна изменяться по мере изменения общественного климата, но очевидно, что эта проблема, которая не может быть быстро преодолена. Скорее всего, к широкой благотворительности придет только следующее поколение супербогатых людей России, которое будет чувствовать себя легитимным обладателем унаследованных состояний.

Александр Чуев:

Тех современных западных филантропов из числа миллиардеров, которые вкладывают личные средства в благотворительность и которые хоть как-то известны в России, тоже можно по пальцам рук пересчитать. Неизвестных, возможно, больше. Но думаю, что не на порядки. К тому же в России пока еще нет семей миллиардеров, которые занимаются благотворительностью в течение нескольких поколений. А это – традиции и культура общества.

Вера Барова:

Быть богатым в нашей стране не престижно. Нет уважения к успеху! Сам образ успешного предпринимателя ассоциируется с воровством и мироедством. Ситуация всеобщей подозрительности мало способствует открытости: деньгам нужна тишина.

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 23

Опасно ли быть в России официальным открытым филантропом?

Владимир Аксенов:

Если говорить о частных лицах, то многие стараются не афишировать уровень своих доходов, а, следовательно, и существенные по сумме благотворительные взносы.

Многие компании-жертвователи, наоборот, стараются, открыто освещать свою деятельность в сфере благотворительности. При этом они ничем не рискуют, а наоборот, улучшают свою репутацию в обществе, среди сотрудников и бизнес-партнеров.

Олег Алексеев:

Нет не опасно, а почетно. Только называть надо себя при этом понятными русскими словами – благотворителем, попечителем, ну может быть, меценатом.

Мария Черток:

Не думаю, чтобы так. Но если человек по бумагам зарабатывает три копейки, а официально и с помпой раздаёт на три рубля, то в этом случае опасно, потому что придет налоговая инспекция и спросит, откуда вы взяли эти деньги.

Возможно, играют роль и опасения, что начнётся огромный поток просителей. Нужны фонды, чтобы быть, с одной стороны институциональным буфером, а с другой – источником неких стратегических идей. Не просто раздавать деньги, а выстраивать стратегию, гарантировать результат. Потом, в странах с высоким уровнем развития филантропии, практически любая насущная потребность может быть удовлетворена тем или иным фондом.

Игорь Бекетов:

В силу несовершенства российского законодательства, которое позволяет двойное толкование статей закона, такая опасность вполне реальна.

Алексей Бодунген:

По моим субъективным ощущениям – да. Хотя, если бы я был миллиардером, возможно, ответил бы по-другому.

Светлана Волкова:

Скорее да чем нет, потому что официальная открытая филантропия является источником повышенного внимания как государственных и правоохранительных органов, так и криминальных элементов.

Павел Гагарин:

Да, потому что это привлекает внимание, как правоохранительных и фискальных органов, так и криминальных структур.

Андрей Галкин:

Не физически опасно, а морально. Больно быть открытым филантропом в России. Представляете, если человек действительно действует открытым сердцем, а ему в него плюют? Если благотворительность носит лишь косметические задачи – «делаем лицо», то тогда и потерпеть плевки можно.

Александр Гаспаришвили:

Сегодня, наверное, стоит иметь в виду неприятности, связанные с повышенным интересом налоговых органов, а также коррумпированных чиновников, которые могут потребовать «своей» доли, и т.п.

Игорь Беликов:

Не думаю.

Алексей Костин:

Да, опасно. Пока президент РФ официально и публично не призвал российских богачей заниматься частной филантропией, ею будут заниматься только единицы – самые неординарные и рисковые личности. Но многое зависит и от НКО – помощь больным и обездоленным вряд ли может таить угрозу.

Екатерина Кузнецова:

Если работать «в белую», то, наверное, нет.

Галина Мумрикова:

Конечно, опасно. Если жертвуешь деньги, значит, они есть. Значит, есть реальная опасность, что кто-то захочет их украсть, а государство поинтересуется, откуда средства. Поди докажи, что нажито своим трудом.

Павел Орлов:

Опасно или странно... В любом случае — скорее да, чем нет.

Виталий Расницын:

Я бы ответил: небезопасно.

Вернисаж

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 24

Наталья Самовер:

К сожалению, да. Опасность двояка – во-первых, филантроп сталкивается с завистью, общественным недоверием и даже осуждением. Во-вторых, проблема нелигитимности обладания состоянием и в данном случае тоже дает себя знать. Государство в лице чиновников считает себя вправе указывать ему, какие проекты он должен финансировать, а какие – нет. В такой ситуации богатый человек опасается, что после того, как он, выбрав самостоятельно какой-либо благотворительный проект, публично профинансирует его, он немедленно будет причислен властью к разряду дойных коров, ему будет отведено определенное место в стойле и спущен сверху план по надоям.

Александр Чуев:

Думаю, что нет. Это демонстрируют многие российские бизнесмены.

Вера Барова:

Официально открытый филантроп действительно подвергает себя опасности. Он не просто привлекает внимание профессиональных просителей, он буквально захлебывается во всем возрастающем потоке просьб и слезных прошений. Он, наконец, вызывает живой интерес у контролирующих органов и ревнивое внимание власть предержащих.

Приведите, пожалуйста, известные Вам примеры частных филантропов.

Олег Алексеев:

Сегодня лидерами являются Билл Гейтс и Уоррен Баффет. А по нашим гражданам уклонюсь от ответа, в конце концов, имена большинства крупных благотворителей известны.

Мария Черток:

Фонд «Династия» Дмитрия Зимина, фонд Владимира Потанина, фонд главы УралСиба Николая Цветкова «Виктория», у Александра Хлопонина есть фонд в Красноярске, у Михаила Прохорова – в Норильском промышленном регионе, у Дмитрия Зеленина есть семейный фонд в Тверской области, у Марины Добрыниной, супруги Виктора Вексельберга, есть фонд «Добрый век». И это не исчерпывающий список. Большинство из них не очень известны, что в некоторых случаях является принципиальной позицией основателей. Если сравнивать их с американскими частными фондами, то средства российских вполне сопоставимы с ними. Фонд Потанина раздаёт, например. $10 млн в год – примерна та же сумма у фонда Форда в России. Конечно, фонд Форда в мире тратит гораздо большие средства.

Вернисаж

Наталья Алимова:

Если подразумеваются частные фонды, то это фонд Зимина, фонд Потанина, фонд поддержки кадетских корпусов Б. Йордана.

Андрей Белковский:

Виктор Харлашин ещё в 1989 году дал 1,5 млн рублей, чтобы достроить сельскую школу в Подмосковье.

Светлана Волкова:

Ярким примером частного филантропа является Виктор Вексельберг и его знаменитая коллекция яиц Фаберже.

Андрей Галкин:

Да много. Хотя бы — программа «Линия жизни», призванная помогать детям с тяжелейшими кардиологическими болезнями, объединяет кучу персоналий и фирм – кто их перечислял и когда?

Александр Гаспаришвили:

Владимир Потанин, Дмитрий Зимин, Виктор Ваксельберг, Давид Якобашвили.

Михаил Гнедовский:

Билл Гейтс, Элтон Джон, Владимир Потанин, Михаил Прохоров и др.

Галина Григорьева:

Их деятельность у нас не пропагандируется, что, кстати, говорит об отсутствии интереса со стороны общества.

Алексей Костин:

Я знаю только одного официального филантропа в России – Дмитрия Зимина. Что-то не слышно уже давно еще одного – Павла Бородина. Большинство других предпочитают «сочетать» корпоративные и личные деньги на благотворительность.

Екатерина Кузнецова:

Билл Гейтс.

Виталий Расницын:

Идею Года благотворительности нам помогают осуществлять фонд Потанина и фонд «Династия» Дмитрия Зимина.

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:34 Page 25

Наталья Самовер:

Кроме Ходорковского, Зимина и Потанина, другие имена мне в голову не приходят. Но мне известно немало частных лиц, считающих нормальным время от времени делать мелкие пожертвования.

Александр Чуев:

Владимир Олегович Потанин, Дмитрий Борисович Зимин, Александр Викторович Донской (Архангельск), Виктор Феликсович Вексельберг, Роман Аркадьевич Абрамович.

Приведите примеры известных Вам компаний, занимающихся благотворительностью.

Олег Алексеев:

Все крупные и средние компании России занимаются благотворительностью.

Мария Черток:

Практически все компании занимаются благотворительностью.

Все наши партнеры активно занимаются благотворительностью. Это РУСАЛ, СУАЛ, ВАТ Россия, Independent Media, Северсталь, Росбанк и многие другие.

Игорь Бекетов:

Интеррос, СУАЛ-Холдинг, Аэрофлот, Русский алюминий, Альфа-банк, Внешторгбанк, УРАЛСИБ, Северсталь-групп, АФК «Система», Газпром.

Светлана Волкова:

Газпром, Алроса, Норильский никель.

Александр Гаспаришвили:

Интеррос, МАИК Наука, которая поддерживает ученых Академии наук, Нестле, БАТ, Макдоналдс.

Михаил Гнедовский:

Бритиш Петролеум, Хьюлетт Паккард, Северсталь, Лукойл и т.д.

Галина Григорьева:

Avon.

Денис Гуринович:

Практически все крупные корпорации как международные, так и национальные.

Алексей Костин:

Это практически все крупные и очень многие средние компании.

Екатерина Кузнецова:

РУСАЛ, ЮКОС, ТНК.

Ирина Меньшенина:

Shell, Deloitte, TNT Express, Western Union, ETCN, Johnson&Johnson и много других.

Галина Мумрикова:

Макдоналдс с его Домом Роналда Макдоналда, Филип Моррис.

Наталья Самовер:

Интеррос, работающий уже длительное время и весьма профессионально. Мне известно много случаев, когда мелкие и средние компании поддерживают те или иные акции, которые эмоционально затрагивают их руководство и сотрудников.

Александр Чуев:

СУАЛ-Холдинг, Илим Палп.

Вера Барова:

СУАЛ-Холдинг, Росбанк, Интеррос и др. Такие примеры есть и у нас в Тюмени – концерн «НИККА», холдинг «Партнер», компания «Заречье».

Должна ли российская государственная власть как-то влиять на благотворительность в какой-либо форме?

Владимир Аксенов:

С одной стороны государство, безусловно, должно подталкивать бизнес к большей социальной сознательности. Но с другой – оно не может оказывать чрезмерного давления. В гражданском обществе ключевую роль должны играть НКО. Государство может лишь оказывать помощь в налаживании контактов между компаниями и некоммерческими организациями.

Олег Алексеев:

Только с точки зрения законодательства и морально поощрять благотворителей. Но для этого сначала представителям власти надо перестать трясти бизнес и принуждать его направлять свои средства на политические и государственные нужды.

Мария Черток:

Я не думаю, что власти нужно выставлять приоритеты. Неохдимы заинтересованность, некое моральное поощрение, стимулирование, одобрение. И это должно озвучиваться: медали надо давать, грамоты, руки жать, приёмы устраивать.

А если наша власть и обращается к корпоративной филантропии, то не в том смысле, что это хорошо и «молодцы ребята!», а говорит «вы должны это делать». Нет ощущения, что сказали спасибо, есть ощущение, что сказали МАЛО. А когда говорят МАЛО, это источник для рэкета, коррупции.

Наталья Алимова:

Должна помогать, поддерживать и поощрять. Нужен какой то официальный конкурс, награды и т.д. широко освещенные в СМИ.

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 26

Игорь Бекетов:

Государственная власть должна стимулировать развитие благотворительности как законодательными, так и пропагандистскими средствами.

Андрей Белковский:

Власть в дело совести лезть не должна.

Алексей Бодунген:

В одной форме – создав и неукоснительно соблюдая ясные и понятные нормы регулирования БД, которые бы работали во благо общества, и не создавали лишних проблем для честных благотворителей. И опять же, слово «поощрять» мне кажется тут более правильным, чем «влиять».

Светлана Волкова:

Можно лишь предложить благотворителю выбрать направление приложения предполагаемых средств для расходования, но ни в коем случае не настаивать. Если же корпорация имеет некие преференции со стороны государства, в части минимизация налогооблагаемой базы, то это прямой повод для государственной власти организовать влияние на реализацию благотворительности в форме определения приоритетных получателей благотворительной помощи, как категорий получателей, так и объектов (юридических лиц).

Павел Гагарин:

Да, конечно, должна. У государства должен быть механизм государственного регулирования благотворительной деятельности – законодательного и административного.

Андрей Галкин:

Признаться, я знаю мало примеров, когда влияние или участие государственной власти улучшало ситуацию. Максимум возможностей власти в нашей стране – консервировать сложившееся положение и расписать «статус-кво». Если проблема общественная, решать и решить ее должно общество.

Александр Гаспаришвили:

Согласно Конституции РФ, благотворительная деятельность должна обязательно поощряться государством. Конечно, она будет существовать, даже если государство не только не будет ничего делать, но и вдруг по каким-то причинам будет бороться с благотворительностью. Помогать другим – часть нашей культуры, религии. Тем не менее, государство должно влиять на благотворительность. Необходима поощрительная налоговая система, филантропия должна стимулироваться на государственном уровне.

Михаил Гнедовский:

Создавать благоприятные условия и, по возможности, не вмешиваться в этот процесс. К сожалению, позиция российского государства на всех уровнях бывает в этом вопросе чересчур активной. Государство не может все время выступать как «третий лишний» во взаимоотношениях между бизнесом и обществом. Этим взаимоотношениям надо дать созреть самостоятельно.

Галина Григорьева:

Должна стимулировать законодательно и пропагандировать благотворительность, отмечать и награждать благотворителей.

Александр Денисов:

Должна, но только после того, как российский бизнес научится управлять инвестициями в некоммерческую активность своих компаний и банков. До той поры любые послабления приведут только к тому, что будет возрастать коррупция, опасность во-

В ГРАЖДАНСКОМ ОБЩЕСТВЕ КЛЮЧЕВУЮ РОЛЬ ДОЛЖНЫ ИГРАТЬ НКО. ГОСУДАРСТВО МОЖЕТ ЛИШЬ ОКАЗЫВАТЬ ПОМОЩЬ В НАЛАЖИВАНИИ КОНТАКТОВ МЕЖДУ КОМПАНИЯМИ И НЕКОММЕРЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

Вернисаж

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 27

влечения бизнес-структур в асоциальные проекты, разворовывание активов корпораций и т.п.

Игорь Беликов:

Главным образом или даже исключительно – через создание соответствующих благоприятных налоговых условий.

Игорь Карлинский:

Прежде всего, власть должна уяснить себе, что подлинные институты гражданского общества создаются «снизу», а не «сверху», и не нуждаются во властных указаниях, имеют право говорить на неприятные для власти темы, совать свой нос во властную кухню, задавать власти неприятные вопросы и получать от власти честные ответы.

Алексей Костин:

Конечно, создавая прозрачные, публичные и всем понятные «правила игры» в этой области, морально поддерживая благотворительность. А руководители крупнейших государственных и частных компаний, получая очень высокие зарплаты даже по мировым меркам, могли бы проявлять личные инициативы социальной ответственности и благотворительности.

Екатерина Кузнецова:

Всячески поощрять и поддерживать, как политически, так и законодательно!

Ирина Меньшенина:

Признать, что некоммерческий сектор может стать партнёром государства в решении социальных проблем и качественно выполнять социальный заказ.

Галина Мумрикова:

Надо поощрять «белые» компании и снять налоги с благотворительных акций.

Павел Орлов:

Должна, но только: а) через институциализацию систем социального аудита и общественной экспертизы; б) через реализацию рамочной государственной политики по конкретным государственным приоритетам во всех отраслях социальной сферы; в) через государственное (прежде всего — налоговое) стимулирование и моральное поощрение лидеров в области благотворительности.

Виталий Расницын:

Власть должна создавать благотворительности нормальное правовое поле, и это главная задача государства в этой сфере.

Наталья Самовер:

Если считать влиянием создание благоприятных правовых условий для развития благотворительной деятельности, то да. Кроме того, на данном этапе государство должно приложить целенаправленные усилия для поднятия престижа благотворительной деятельности. Объявление Года благотворительности, общение главы государства с филантропами, награждение их – это, безусловно, правильные действия, способствующие легитимизации благотворительности как формы общественной активности в сознании большинства россиян. Необходимо совершенствование законодательных условий для благотворительности. Без этого вырождение всей PR-активности государства в очередную показуху практически неизбежно.

Александр Чуев:

Государственное влияние и регулирование такой сферы, как благотворительность, необходимо для стимулирования ее развития во всех формах в рамках законодательства, а также нейтрализации возможностей финансовых махинаций.

Вера Барова:

Российская государственная власть должна признать благотворительность как добровольное участие граждан в решении социальных проблем и дополнительный источник для финансирования государственных социальных программ. Создание внятного механизма взаимодействия и системы преференций для бизнеса так же необходимо. Сегодня же это взаимодействие больше напоминает государственный рэкет и используется как элемент принуждения.

Какие законодательные улучшения надо провести для развития системы благотворительности в России?

Владимир Аксенов:

Фактически необходимо создать всю законодательную базу, которая бы позволила сделать процесс более эффективным. Правильным и своевременным шагом было бы создание определенных налоговых стимулов для организаций и частных лиц, занимающихся благотворительностью.

Олег Алексеев:

Налоговые преференции (освобождение определенного размера дохода компаний от налога на прибыль) и закон о т.н. эндаументах.

Мария Черток:

Можно сто раз говорить, что нам нужны льготы, но я не думаю, что это своевременно. Потому что если кто-то опять будет неправильно использовать через эти налоги деньги и это станет известно, будет очередной крах. Надо двигаться в сторону упрощения административно-бухгалтерской и юридической волокиты в этой сфере. Потому что, чтобы дать деньги на хорошее дело, нужно столько бумаг написать и столько оправдываться перед налоговой, что легче вообще ничего не делать.

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 28

Наталья Алимова:

Очень редко изменения в законах приводят к улучшению (исключение, пожалуй, поправка о льготе по НДФЛ на единовременную благотворительную помощь). Сегодня мы уже приспособились к существующему законодательству, выработали опыт и рекомендации как быть в той или иной ситуации. Изменения должны касаться проработки норм и правил оформления документов, т.е. вопросов, касающихся текущей работы в области благотворительности.

Игорь Бекетов:

Есть замечательные примеры в Англии и Франции. Во Франции, где именно государство, в первую очередь, оказывает поддержку культуре, в 2003 г. принят довольно прогрессивный закон о меценатстве. В нем четко определены понятия спонсорства, корпоративной филантропии и предусмотрены определенные налоговые льготы.

ПОКА НЕ БУДУТ СОЗДАНЫ НОРМАЛЬНЫЕ И ПРОЗРАЧНЫЕ ПРАВИЛА ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА, ПРИНИМАТЬСЯ ЗА ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ УЛУЧШЕНИЯ В ОБЛАСТИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ ПОЧТИ БЕССМЫСЛЕННО

Алексей Бодунген:

Было бы неплохо, для начала, прекратить «чехарду» с законами, от которой многие хорошие, честные и результативные НКО, скорее всего, пострадают. То есть, надо создать эту систему нормальной и работающей и потом долго-долго ее не трогать.

Светлана Волкова:

В первую очередь, в части, касающейся избежания многократного налогообложения благотворительной помощи. Во-вторых, определение систем преференций для компаний, занимающихся благотворительностью и их юридического закрепление, а также составление перечня категорий нуждающихся в получении благотворительности.

Павел Гагарин:

Те законодательные акты, которые сейчас приняли в отношении благотворительных организаций, совершенно не отвечают требованиям времени и не способствуют развитию благотворительности, а скорее способствуют уходу её в тень (имеется в виду закон «О некоммерческих организациях»). Поэтому, конечно, работу благотворительных организаций надо строить на совершенно другой юридической и административной основе, чем есть.

Андрей Галкин:

Максимально не мешать. Так в законе и зафиксировать: «любое, особенно бюрократическое, препятствие в оказании прямой и непосредственной помощи любому гражданину или общественному институту, в ней нуждающейся или запросившего такую помощь, является уголовно наказуемым преступлением». Первый шаг – не облагать налогами открытые, адресные, целевые благотворительные взносы.

Александр Гаспаришвили:

Улучшения, связанные с налоговой системой. Можно привести пример недавней (2003 г.) налоговой реформы в области корпоративной поддержки культуры во Франции. Эта реформа была инициирована французским бизнес-сообществом. Щедрые налоговые льготы для компаний и корпоративных филантропических фондов сразу же привели к резкому росту корпоративной благотворительности. У нас государство получает «налог на щедрость» дважды. Сначала его уплачивает структура-жертвователь, потом налог на прибыль платят структуры, которые эти деньги получают. В условиях, когда традиции благотворительности утеряны, государство должно уделять внимание и совместно с НКО должно разрабатывать специальные программы, пропагандирующие корпоративную и частную филантропию.

Михаил Гнедовский:

Как ни странно, большинство бизнесменов, занимающихся благотворительностью, утверждают, что увеличение льгот не повлияет на эту деятельность. Тем не менее, налоговые льготы необходимы, чтобы привлечь в эту область малый и средний бизнес.

Галина Григорьева:

Имеет смысл адаптировать опыт других стран.

Игорь Беликов:

Налоговые льготы.

Игорь Карлинский:

Необходимость упростить отчетность и соответствующие процедуры, а также совершенствовать меры по поддержке и стимулированию благотворительности (налоговые льготы, пониженные арендные ставки на пользование государственным имуществом и др.).

Кроме того, следует учесть, что развитию благотворительности препятствует не только несовершенство законодательства, но и его нестабильность.

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 29

Трудно что-то делать, когда правила постоянно меняются.

Алексей Костин:

Пока не будут созданы нормальные и прозрачные базовые правила ведения бизнеса, пока российский бизнес не ощутит себя законодательно защищенным от заказных «наездов» власти и своих коррумпированных конкурентов, приниматься за законодательные улучшения в области благотворительности почти бессмысленно.

Ирина Меньшенина:

Ввести реальные налоговые льготы для компаний и частных лиц, занимающихся благотворительностью.

Галина Мумрикова:

Вряд ли Общественная палата может реально помочь в создании твердого законодательного статуса благотворительной деятельности. Пока у нас такое беззубое правительство и дума, состоящая из бывших не очень честных людей, — ничего не получится.

Павел Орлов:

Мне представляется, что правовое поле благотворительности в России хотя и продолжает формироваться но, в целом, выглядит законченным и внятным.

Виталий Расницын:

Прежде всего, надо создать благоприятные налоговые условия для благотворительной деятельности. Государство должно не подозревать НКО «в нечистых помыслах», а помогать им.

Наталья Самовер:

Очевидно, что необходимо создание системы налоговых преференций для благотворителей, причем было бы справедливо, если бы это касалось не только компаний, но и частных лиц. Задача разработки подобной системы, которая не имела бы зияющих дыр, открывающих возможности для злоупотреблений, представляется руководству Минфина нереальной. Поэтому ничего и не делается для ее решения. По всей видимости, это хорошее поле для деятельности независимых экспертов, которые должны попробовать разработать свои предложения.

Вернисаж

Александр Чуев:

Льготы и жесткие правила вхождения в разряд благотворительных организаций. Льготы для бизнеса и частных лиц (например, налоговые вычеты), которые с такими благотворительными организациями сотрудничают. Обязательно введение системы учета и контроля.

Вера Барова:

Принять законодательные акты, включающие элементы стимулирования компаний, в том числе право получать государственные награды за особые заслуги на благотворительном поприще. Придать благотворительным организациям особый статус и установить благоприятный налоговый режим.

Насколько поможет в улучшении ситуации с благотворительностью внедрение эндаументов в РФ?

Владимир Аксенов:

В мире модель финансирования благотворительной деятельности в сфере образования, науки или, например, медицины через эндаумент-фонды (от англ. endowment – «дар, пожертвование») – широко распространенная практика. Западный опыт показывает, что внедрение эндаументов стимулирует людей выделять средства на благотворительные проекты. Если удастся внедрить данную инициативу в России – это, безусловно, будет существенным шагом на пути к построению гражданского общества.

Олег Алексеев:

Это очень хорошее начинание. Только нельзя забывать, что создание эндаументов потребует изме-

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 30

Вернисаж

нения, например, системы управления вузами. Нельзя передавать эндаументы ректорам без контроля со стороны вкладчиков. Да никто и не даст свои средства, если не сможет контролировать их расходование.

Мария Черток:

Инициатором закона об эндаументе были Общественная палата и МЭРТ. CAF занимается интеллектуальным сопровождением этого процесса. Об этом законе мы давно говорили как о пожелании. Но из комплекса налоговых предложений эта идея и взлетела. Эта связано с тем, что есть большая проблема – что делать с государственными учреждениями – лечебными, образовательными, культурными – как они будут выживать, когда их не будут гарантированно подпитывать из бюджета. Основными бенефициарами нового закона, по задумке правительства, должны быть государственные учреждения. В первую очередь роль сыграло именно это обстоятельство. Фонды никогда не были предметом интереса в смысле создания благоприятного климата для их работы. Частные фонды на этой волне могут «войти в новую жизнь».

ЭНДАУМЕНТЫ ПОЗВОЛЯТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ ИЗБАВИТЬСЯ ОТ НЕИЗВЕСТНОСТИ КУДА РАСХОДУЮТСЯ ИХ ДЕНЬГИ, И ДОХОДЯТ ЛИ ОНИ ДО АДРЕСАТА

Это хорошая инициатива, хотя она затронет лишь малую часть НКО – фонды, у которых есть перспектива создания капитала. Это хорошо с точки зрения устойчивости некоммерческого сектора, но впрямую это касается скорее одного – двух десятков организаций, а не сотен и не тысяч.

У меня есть несколько опасений. Если сейчас университетам, больницам, библиотекам и прочим прекрасным заведениям потребуется создавать эндаументы, – это может стать дополнительным бременем для бизнеса, потому что других источников для формирования эндаумента не будет. Речь идёт о миллионах. Это не просто оборудование для больницы купить. При этом не будет механизма, который позволял бы делать налоговый вычет из этих пожертвований. Хочется, чтобы это не приняло форму очередной кампании по раздеванию бизнеса.

Игорь Бекетов:

Думаю, что практика эндаументов станет полезной для развития важнейших национальных проектов и отчасти решит проблемы, с которыми сталкивается сегодня российская наука, культура и другие социальные сферы.

В случае применения практики эндаументов благотворительные фонды становятся не только оператором социальных программ корпораций, но и полноправным собственником имеющихся средств. В этом случае деньги фондов приносили бы двойную пользу: прибыль направляется на социальные и благотворительные программы, а сами средства инвестируются в другие важные социальные проекты. Подобная практика будет способствовать более широкому привлечению корпоративных и частных средств меценатов.

Алексей Бодунген:

Мне представляется, что ресурсных проблем абсолютного большинства НКО внедрение эндаументов не решит. Хотя, как еще одна возможность для организация – это, безусловно, благо.

Светлана Волкова:

Внедрение эндаументов поможет улучшению ситуации, однако процедура определения получателей помощи и организация исполнителей не является безупречно прозрачной.

Андрей Галкин:

Эндаумент! Половина не переведет, половина никогда не узнает. Видите ли, эндаумент – особая форма создания и функционирования целевого благотворительного фонда. Это довольно сложный в использовании экономический и финансовый инструмент, даже в умелых руках, к тому же требующий множества уточняющих, корректирующих и обеспечивающих условий, в нашей стране не только не

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 31

созданных, но в сегодняшних условиях и невозможных в принципе.

У нас еще не прижились и не используются более простые инструменты, — например, индивидуальные целевые взносы – поэтому применять сразу эндаумент самонадеянно. Боюсь, что сложное дело организации эндаументов затеяно только для создании видимости активного действия.

Александр Гаспаришвили:

Здесь многое зависит от того, насколько грамотно и цельно будет эта идея воплощена в жизнь. Но, стоит надеяться, что эндаументы позволят предпринимателям избавиться от неизвестности куда расходуются их деньги, и доходят ли они до адресата.

Михаил Гнедовский:

Несомненно, эндаумент может стать важным инструментом поддержки общественных инициатив. Всякое развитие инструментария в этой области – благо. Однако оно должно сопровождаться повышением прозрачности в этой сфере и выработкой общественно признанных «правил игры».

Галина Григорьева:

Зависит от того, насколько система будет защищена от злоупотреблений.

Александр Денисов:

Никак не поможет. Проблема российской филантропии в экономической неграмотности чиновников, акционеров и экспертов, которые не умеют проводить оценку нематериальных факторов стоимости бизнеса и не умеют управлять этой стоимостью. Нет оценки именно этой стоимости – нет и филантропии.

Алексей Костин:

Внедрение эндаументов практически ничего не решит, пока любой финансовый доход, из любого источника, направляемый на благотворительность, облагается налогом. Кто и почему уверен, что для эндаументов будет сделано исключение?

Екатерина Кузнецова:

Если удастся избежать воровства и коррупции, то это будет замечательно! Это поможет более эффективно перераспределять выделяемые на благотворительность деньги.

Виталий Расницын:

Я думаю, что это правильная и необходимая инициатива. Те, кто хотят вкладывать свои средства в благотворительность, должны получить для этого необходимые инструменты.

Наталья Самовер:

На мой взгляд, это, безусловно, очень правильный шаг, который подведет надежный фундамент под благотворительные проекты и заложит основу для формирования на российской почве мощных, независимых и влиятельных благотворительных организаций, которые представляют собой существенный элемент зрелого гражданского общества.

Александр Чуев:

Предполагаю, что помочь может, но эта проблема отнюдь не первостепенной важности. Есть некоторое количество фондов, которое организационно, методически и технически готово реализовывать эту идею. Власть, бизнес и общество постепенно дозревают до такой формы, пока еще процесс только идет. Более того, эндаументы не решат проблем финансирования проектов НКО, параллельно должны развиваться все известные направления привлечения ресурсов.

Вера Барова:

Правительство РФ опять предлагает «собственный путь» для реализации идеи эндаумента. Если такой закон будет принят, то он не позволит создать капитал независимым НКО или общественным фондам.

РАЗВИТИЕ ЧАСТНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ – ОСНОВА СТАБИЛЬНОСТИ НЕКОММЕРЧЕСКОГО СЕКТОРА

Мария Черток
директор CAF Россия

Просматривая на днях протоколы заседания Общественной палаты, я наткнулась на аббревиатуру ННО. Далее из контекста стало понятно, что речь идет о некоммерческих неправительственных организациях. Смутило меня, прежде всего, то, что наш сектор определяется через то, чем он не является и кого он не представляет. Дело здесь, конечно, не в словах и не в сокращениях. Хотя дать ответ о том, кого представляют эти самые ННО, не так легко.

И действительно – наш НКО-сектор является своеобразной элитой, работающей для народа и иногда говорящей от имени народа, но реально представляющей только себя и не находящей понимания в обществе. Прямо по классику – узок

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 32

Вернисаж

круг, страшно далеки. На мой взгляд, причин тут множество, в том числе идеологических и психологических, но есть и институциональная причина, на которой я бы хотела остановиться. Особенностью российского добровольческого сектора (можно использовать это позитивное определение, заимствованное у британских коллег) является то, что доля членских организаций у нас чрезвычайно мала. То ли память советского прошлого с принудительным членством в ДОСААФ тут виной, то ли та огромная скорость, с которой организации создавались, не успевая и задуматься о членстве и тому подобных долгих и кропотливых вещах.

А ведь основу сектора во многих западных странах составляют именно членские организации. Что дает им членская основа? Прежде всего, социальную базу и, соответственно, вес в обществе, гарантию того, что к организации прислушиваются (еще бы, за ней могут стоять многие тысячи граждан – избирателей). А также принципиальную невозможность просто закрыть организацию по незначительным поводам, или в масштабе сектора, принять в одночасье закон, существенно ухудшающий его положение.

Вполне вероятно, что мы можем стать свидетелями появления новых членских организаций, знаменующих новый этап в развитии гражданского общества в России. На их прототипы указывал в своей статье Евгений Гонтмахер, анализируя массовый народный протест против произвола ГАИ. Однако наивно ожидать, что уже существующие сотни тысяч организаций в ближайшее время вдруг станут членскими. Есть ли альтернативный способ формирования общественной поддержки, которая смогла бы не только укрепить легитимность и политический вес сектора, но и служить гарантом его независимости и безопасности?

На мой взгляд, таким способом является развитие массовой частной благотворительности. В настоящее время доля частных пожертвований в общем бюджете сектора близка к нулю. Организации давно научились получать международные гранты на проекты, местные власти, как правило, оказывают поддержку довольно широкому кругу организаций (прежде всего сервисных), идет поиск путей взаимодействия с корпорациями. Но реальным вызовом, на мой взгляд, является формирование рядов частных доноров, которые своим рублем подтверждали бы общественную значимость и важность существования сектора. Я не обсуждаю здесь финансовую сторону дела, хотя частные пожертвования в перспективе могут занять значительное место в экономике сектора. Всем знакомы цифры из США, где доля частных пожертвований в бюджете сектора значительно превышает 50%. Мне важно подчеркнуть идеологическую и политическую значимость формирования базы частных жертвователей для укрепления сектора, его взросления и превращения в реальную силу в обществе.

МЫ МОЖЕМ СТАТЬ СВИДЕТЕЛЯМИ ПОЯВЛЕНИЯ НОВЫХ ЧЛЕНСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ, ЗНАМЕНУЮЩИХ НОВЫЙ ЭТАП В РАЗВИТИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ

Есть и второй, конкретно-политический контекст, который указывает НКО на необходимость обращения к теме частной филантропии. События последнего года недвусмысленно указывают на отношение властей к неправительственным организациям как к потенциальной политической оппозиции и даже пятой колонне, которую надо поставить под жесткий контроль. В то же время благотворительные организации поднимаются на щит и всячески поощряются. Для всех, кто хоть немного знаком с деятельностью НКО-сектора, понятно,

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 33

что мы имеем дело со своеобразной политической шизофренией – зачастую речь идет в обоих случаях об одних и тех же организациях, и уж во всяком случае, никто еще не провел ясной границы между этими двумя категориями. С моей точки зрения, не в интересах сектора поддаваться политике маргинализации и соглашаться на роль потенциальной политической оппозиции. Присоединение к теме филантропии может стать не просто ситуативно выгодно (когда неправительственные организации гнались за выгодой?), но и стратегически верно в смысле построения конструктивных отношений с властями, СМИ и населением.

Я хорошо понимаю скепсис многих из вас, который вызван этим призывом. Действительно, проблем в связи с такой целью возникает множество – недаром я назвала развитие частной филантропии вызовом для сектора. Целый ряд проблем лежит в плоскости коммуникаций. Трудно, практически невозможно аппелировать к массовой аудитории без доступа к СМИ, особенно телевидению. А если бы доступ и был, не умеют НКО говорить с людьми просто и понятно, обращаясь к их ценностям и интересам, а не употребляя рубленые фразы из заявки на грант.

В секторе практически абсолютно отсутствуют профессионалы, способные заниматься такого типа фандрайзингом, а также средства на массовый фандрайзинг. В Великобритании на привлечение одного фунта частных денег тратится примерно 35 пенсов – это расходы на фандрайзинг. Для российских НКО это практически неподъемная ноша.

Наша финансовая и налоговая система не способствуют развитию частной благотворительности – отсутствует возможность выписать чек (то, как делаются большинство пожертвований на Западе), нет налоговых вычетов или льгот для жертвователей.

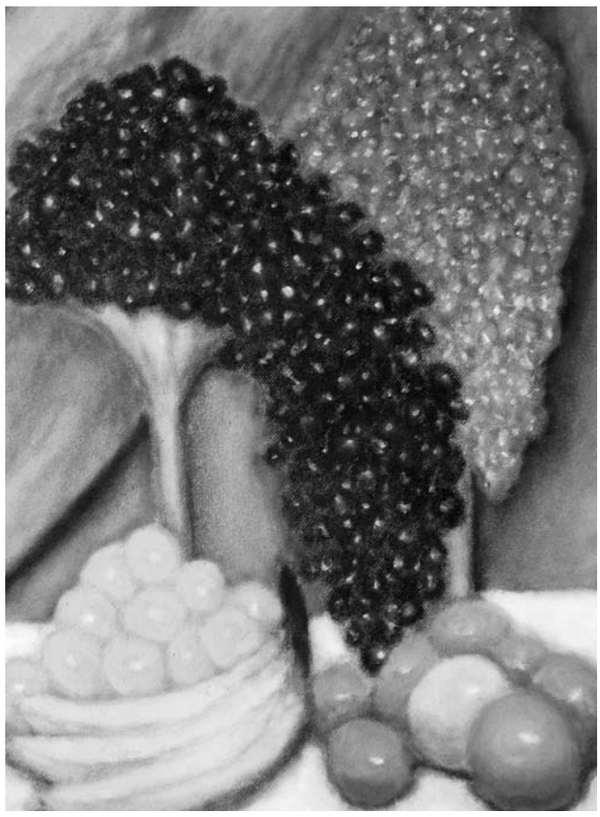
Есть и масса других, не менее существенных сложностей. Однако мне кажется, игра стоит свеч – если поменять перспективу и не рассматривать развитие частной благотворительности только как предприятие по финансовому укреплению сектора. У нас нет другого шанса построить социальную базу сектора, одновременно воспитывая ответственных и просвещенных граждан. Это наше с вами стабильное будущее, в том числе и финансовое. И это важно не только для сектора, это важно для укрепления гражданского общества.

Это то, чем озабочены мы в CAF Россия, и это то, что нам удается в последние год-два. Созданная нами программа частных пожертвований сотрудников компаний, которая работает сейчас в 9 московских компаниях, за последний год собрала $200 тыс для целого ряда НКО. Многие сотрудники лично приняли участие в работе этих НКО в качестве добровольцев. При поддержке программы Матра и в сотрудничестве с Яндексом мы недавно запустили сайт благо.ру, направленный на информирование о деятельности НКО и сбор частных пожертвований среди пользователей Интернета. Программа «Линия жизни» успешно привлекает частные пожертвования на лечение тяжело больных детей. Сбором частных пожертвований с успехом занимаются фонды местного сообщества в десятке городов России. Это капля в море, но это реальный прецедент.

НАША ФИНАНСОВАЯ И НАЛОГОВАЯ СИСТЕМА НЕ СПОСОБСТВУЮТ РАЗВИТИЮ ЧАСТНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

Давайте для начала посмотрим на эту тему с открытыми глазами, не упираясь в трудности и проблемы. И начнем двигаться к построению гражданского общества, используя потенциал наших организаций.

Вернисаж



bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 34

В КРАСНОДАРЕ СОСТОЯЛСЯ СЕМИНАР ПО СТАНДАРТАМ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

КРАСНОДАР. Семинар для лидеров краснодарских общественных организаций и благотворительных фондов «Профессиональные и этические стандарты благотворительности» провела Краснодарская краевая общественная организация выпускников российских вузов в рамках проекта «Благотворительность как средство достижения общественного согласия и устойчивого развития местного сообщества». Участники семинара презентовали ряд благотворительных идей: бесплатный прокат свадебных платьев для невест из малообеспеченных семей и студентов, благотворительные концерты, аукционы и другие технологии сбора средств. Слушатели ознакомились с историями успеха, обсудили концепции и методики организации благотворительных балов, составили примерный план сценария Зимнего благотворительного бала. Финансирование проекта осуществлено USAID через Южный региональный ресурсный центр.

Вернисаж

СОТРУДНИКИ DELOITTE ПОПРОБОВАЛИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ НА ВКУС

МОСКВА. В московском офисе Deloitte прошла благотворительная акция по продаже мороженного. Вырученные средства перечислены на счет международной благотворительной организации EveryChild, которая уже много лет оказывает поддержку семьям, оказавшимся в сложных жизненных ситуациях.

Сотрудничество корпорации и EveryChild началось год назад. На призыв о помощи детям и их родителям откликнулись сразу несколько департаментов Deloitte. Кроме этого бесплатно был разработан дизайн и опубликован годовой отчет и буклеты, рассказывающие о деятельности организации.

Уже есть интерес к проведению подобных акций со стороны других организаций, в частности со стороны поставщика мороженного.

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 35

BOSCH ПОДДЕРЖИВАЕТ ЮНЫЕ ТАЛАНТЫ

МОСКВА. Финансирование проекта в 2006-2007 учебном году составит $1 на одного ученика за один день. Ученики киношколы делают фильмы, ставят спектакли, проводят концерты и выставки вместе со сверстниками: сиротами, инвалидами, беженцами, несовершеннолетними заключенными. Московская международная киношкола была основана в 1991 году. Это государственное образовательное учреждение, в котором обучаются подростки в возрасте от 13 до 18 лет. Они получают как общее гуманитарное образование, так и практическую подготовку по специальностям: «кино», «телевидение», «театр».

В НИЖНЕМ ТАГИЛЕ НАЗВАНЫ ЛУЧШИЕ БЛАГОТВОРИТЕЛИ

ЕКАТЕРИНБУРГ. Состоялось подведение итогов традиционного смотра-конкурса среди городских предприятий, отличившихся в сфере благотворительности. В этом году он собрал более 70 участников, в том числе частных предпринимателей. В первом полугодии нынешнего года сумма, затраченная меценатами города на благотворительность, составила около 4,1 млн руб. Деньги пошли на поддержку учреждений образования, культуры, спорта, детей-сирот, общественных организаций и т.п. Почетное звание лучшего спонсора года и дипломы главы города получили НТМК, Сединтаг, Униколор-НТ, Уралтрансбанк, Миллион, клуб «Наутилус», кафе «Арбат», еврейский общинно-благотворительный центр «Хэсэд-Алеф», газета «Горный край». Третий год подряд лучшим спонсором стала АПХК «Тагилхлеб».

КИНОТЕАТРЫ «ПЯТЬ ЗВЕЗД», «РОЛАН» И ГРУППА «ДОНОРЫ – ДЕТЯМ» ПРОДОЛЖИЛИ ПРИВЛЕЧЕНИЕ ДОНОРОВ КРОВИ

МОСКВА. Каждому донору, безвозмездно сдавшему кровь, предоставилась возможность бесплатно посетить любой из кинотеатров сети. Акция продлилась до 15 сентября. Кровь необходима пациентам Российской детской клинической больницы (РДКБ), страдающим онкологическими и гематологическими заболеваниями. Также прошла акция «Стань донором – отобедай в «Дровах». По ее условиям все доноры приглашались на бесплатный бизнес-ланч в один из ресторанов сети. Недавно завершилась совместная акция Третьего канала, радиостанции «Сити-FM» и группы «Доноры – детям». В ее рамках в гости к пациентам больницы пришли Дмитрий Дюжев, Павел Майков, Игорь Золотовицкий, Дмитрий Певцов, Александр Самойленко, Игорь Петренко. Благодаря проводимым мероприятиям больница впервые за многие годы не испытывала дефицита донорской крови в летний период.

ЕВРОХИМ ВЫПУСТИЛ ПЕРВЫЙ КОРПОРАТИВНЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

МОСКВА. ОАО «Минерально-химическая компания «ЕвроХим» подготовила первый корпоративный социальный отчет за 2001–2005 гг. под названием «Ключ к успеху». Выпуск отчета приурочен к пятилетнему юбилею компании.

Впервые в России социальный отчет подготовлен за весь период деятельности компании. Отчет подготовлен в соответствии с международными стандартами корпоративной социальной отчетности GRI (Global Reporting Initiative) и Глобальным Договором ООН (Global Compact UN).

Цель отчета – не только осветить итоги прошедших пяти лет, но и объявить планы Компании на будущее в области устойчивого развития.

В отчете МХК «ЕвроХим» отражены основные показатели и результаты финансово-экономической деятельности, основы политики в отношении защиты окружающей среды, приоритетные направления внутренних и внешних социальных инвестиций.

Социальный отчет «Ключ к росту» размещен на Интернет-сайте МХК «ЕвроХим» (www.eurochem.ru) в разделе «Социальная политика/Социальная отчетность».

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 36

НА ЛЕЧЕНИЕ ТРЕХ ПАЦИЕНТОВ ФЕДЕРАЛЬНОГО ЦЕНТРА ДЕТСКОЙ ГЕМАТОЛОГИИ СОБРАНО $60 ТЫС

МОСКВА. В городском гольф-клубе прошел ежегодный благотворительный турнир по гольфу Art Trading Charity Challenge-2006, организованный группой компаний Art Trading при поддержке инициативной группы «Доноры – детям», компаний «Независимость», Premium Yachts и др. В рамках турнира также состоялась благотворительная акция «Подари жизнь!» По предварительным подсчетам, собрано около $60 тыс. Все средства будут направлены на трансплантацию костного мозга и проведение лучевой терапии для трёх детей больных нейробластомой и лейкозом.

ИРКУТСКАЯ ВЛАСТЬ СОСТАВЛЯЕТ РЕЙТИНГ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С БИЗНЕСОМ

ИРКУТСК. Начиная с 2007 г., администрация Иркутской области намерена составлять и публично оглашать рейтинг качества взаимодействия компаний и власти. Рейтинг будет составляться дважды в год, среди его критериев – социальные обязательства компаний. Показатель будет состоять из нескольких параметров.

В дискуссии принимали участие представители ТПП Восточной Сибири, муниципалитетов, компаний, в том числе СУАЛ-Холдинга, РУСАЛ-Братск, Радиан. Администрация региона ведет работу по заключению соглашений о социально-экономическом сотрудничестве с региональными организациями и вертикально-интегрированными компаниями. Предметом соглашений являются мероприятия по достижению баланса интересов, взаимной заинтересованности сторон и информационной открытости. Кроме того, формируется система заключения соглашений на уровне муниципальных образований, инициирован процесс заключения таких документов на уровне поселений.

СТАРТОВАЛ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ «ВСЕ ВМЕСТЕ»

МОСКВА. Несколько российских благотворительных организаций объединились для того, чтобы предоставить необходимую информацию россиянам, которые хотят внести свой вклад в дело благотворительности.

Уже сейчас на портале проекта (www.wsewmeste.ru) можно найти конкретные просьбы о помощи. Среди организаторов проекта – БФ «Созидание», Интернет-фонд «Помоги.org», Общество Китайского летчика, БО «Адреса милосердия», проект «Территория детства», БФ «Здесь и сейчас!» и др.

ПРИНЦИПЫ ОТВЕТСТВЕННОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ

НЬЮ-ЙОРК. В мае 2006 г. ООН одобрила принципы ответственного инвестирования – инициативу, выдвинутую большой группой банков, страховых и инвестиционных фондов и компаний. Она насчитывает 160 участников, общий объем активов которых составляет более $4 трлн.

Ответственные инвесторы обязались включать вопросы, касающиеся ЭСКУ (экологические, социальные и корпоративные вопросы управления), в процессы проведения анализа инвестиционной политики и принятия решений; быть активными собственниками и включать касающиеся ЭСКУ вопросы в свою политику и практику; добиваться получения соответствующей информации по касающимся ЭСКУ вопросам от организаций, в которые они инвестируют деньги; оказывать содействие в принятии и осуществлении Принципов в инвестиционной промышленности; сотрудничать в деле повышения эффективности осуществления Принципов; представлять доклады о своей деятельности и о достигнутом прогрессе в деле осуществления Принципов.

Принципы ответственного инвестирования были разработаны международной группой институциональных инвесторов, и учитывают возрастающее значение вопросов экологического, социального и корпоративного управления для политики в области инвестирования. Этот процесс был начат Генеральным секретарем Организации Объединенных Наций Кофи Аннаном и наряду с Глобальным договором ООН стал ответом международного сообщества на активное продвижение в мире идей и практик КСО и устойчивого развития.

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 37

100 КЛАССНЫХ ПРОЕКТОВ РУСАЛА

КЕМЕРОВСКАЯ И ИРКУТСКАЯ ОБЛ. В этом году 22 класса школ Иркутской обл. получат от компании «РУСАЛ» 2 млн 200 тыс руб – по 100 тыс рублей на реализацию своих общественно-полезных идей в рамках конкурса «100 классных проектов». Дипломы лучшим участникам вручили руководители Новокузнецкого алюминиевого завода. Участие в конкурсе способствует личностному росту и развитию инициативы школьников, расширению круга их общения.

Школы Иркутской обл. в рамках этого же проекта получат от Русала более 2,5 млн руб. В Братске дипломы лучшим участникам проекта были вручены представителями Братского алюминиевого завода и Центра социальных программ РУСАЛа.

РАО «ЕЭС РОССИИ» ПОДЕЛИЛАСЬ ОПЫТОМ ПОДГОТОВКИ НЕФИНАНСОВОГО ОТЧЕТА

МОСКВА. На заседании Делового клуба по развитию нефинансовой отчетности был представлен «Отчет о социальной ответственности и корпоративной устойчивости» РАО «ЕЭС России». По итогам общественного обсуждения в отчет будут внесены дополнения и изменения.

Компания представила свои стратегические инициативы по решению проблем, связанных с угрозой возникновения дефицита электроэнергии, а также дала картину воздействия на экономику, природу и общество. Большое внимание в отчете уделяется реформированию электроэнергетики с учетом общественных интересов и будущему новых энергетических компаний, которые образовались после реструктуризации РАО ЕЭС.

Содержательная структура отчета основана на третьей версии Руководства по отчетности в области устойчивого развития (G3) — нового поколения GRI. В процессе подготовки также был использован стандарт AA1000SES, который позволил построить диалог, в том числе с общественными группами, занимавшими в последнее время критическую позицию в отношении энергетиков. Заверение отчета осуществляет «Эрнст энд Янг».

УРАЛСИБ ДАЕТ НАДЕЖДУ: ОБРАЗОВАНИЕ, РАБОТА, ЖИЛЬЕ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ. Программа с таким названием разработана в рамках реализации национальных проектов «Качественное образование» и «Доступное жилье». Программа рассчитана на 10-15 лет и включает три этапа: дополнительное внешкольное образование детей-сирот, начиная с 8 класса общеобразовательной школы; финансирование обучения участников программы на подготовительных курсах для дальнейшего поступления в коммерческие средние специальные и вузы по специальностям в области экономики и финансов; подготовка воспитанников детских домов к трудоустройству, участие в конкурсе на замещение вакантных должностей в Уралсибе. Также будут учреждены именные стипендии и организована стажировка в корпорации. Принятым на работу в Уралсиб будет предоставлен льготный кредит на приобретение жилья. Экспериментальной площадкой для реализации программы станет Санкт-Петербургский профессиональный лицей технологии и дизайна. Программа реализуется Комитетом по образованию, Северо-Западной региональной дирекцией ФК «Уралсиб» и корпоративным Благотворительным фондом «Уралсиб».

ТРЕХСТОРОННЕЕ СОГЛАШЕНИЕ БУДЕТ СПОСОБСТВОВАТЬ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЕ РАБОТНИКОВ

ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛ. Министр экономического развития Челябинской области Юрий Клепов сообщил о подписании трехстороннего соглашения между Челябинской областной организацией профсоюза работников торговли, общественного питания, потребкооперации и предпринимательства «Торговое единство», объединениями предпринимателей малого и среднего бизнеса Челябинской области и Министерством экономического развития Челябинской области на 2006–2008 гг. Этот правовой акт призван регулировать социально-трудовые отношения между работниками и работодателями, устанавливать нормы и правила в сфере занятости, оплаты и охраны труда, в области социальной защиты, уровня жизни работников, социальных гарантий и льгот для работников малого и среднего бизнеса.

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 38

КОМПАНИИ ПОДДЕРЖИВАЮТ ДЕТСКИЕ ПРОГРАММЫ

МОСКВА. В Ассоциации Менеджеров состоялось экспертное совещание «Развитие и поддержка детских инициатив компаниями и общественными организациями: передовая практика». Был представлен первый номер журнала «ТОП-ТОП» – приложения к «Вестнику Ассоциации менеджеров» для детей от 3 до 12 лет.

Опытом развития детских инициатив РУСАЛом поделилась Вера Курочкина, директор по связям с общественностью компании. С 2004 г. в регионах России компания проводит программу «100 классных проектов РУСАЛа». Вера Шейнина, координатор по связям с общественностью представительства компании «Шеврон» в Москве рассказала, что с 1994 г. компания занимается благотворительными детскими программами в России, в том числе касающимися борьбы с распространением

СПИДа, помощи неимущим детям и микрофинансирования. Взгляд общественных организаций представил глава ЮНИСЕФ в России Карел де Рой.

ОПРЕДЕЛЕНЫ ПОБЕДИТЕЛИ КОНКУРСА СЕВЕРСТАЛЬ-ГРУПП

МОСКВА. Конкурс проектов, направленных на поддержку новых инициатив для развития современной культуры в жизни страны, организован компанией «Северсталь-групп».

Цель открытого конкурса – выявить лучшие проекты, имеющие зрелищную форму и профинансировать их реализацию. Независимый Экспертный Совет выбрал 4 проекта из 73 заявок. Более подробную информацию о конкурсе можно найти на сайтах компании «Северсталь-групп» http://www.severstalgroup.com и CAF Россия http://www.cafrussia.ru.

ПРОГРАММА БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОГО ФОНДА В. ПОТАНИНА И НОРИЛЬСКОГО НИКЕЛЯ

НОРИЛЬСК. Стартовала новая совместная программа Благотворительного фонда В. Потанина и компании «Норильский никель» «Будущее Севера».

В этом году центральным мероприятием программы станет деловая игра для студентов четвертых курсов российских вузов, проходящих производственную практику на предприятиях «Норильского никеля».

Наиболее активные и талантливые студенты станут стипендиатами Благотворительного фонда В. Потанина. Размер стипендии, выплачиваемой в течение года, как и в других программах фонда, составит 2 500 руб в месяц.

ПРОГРАММА «НОВЫЙ ДЕНЬ» СТАЛА ОБЩЕРОССИЙСКОЙ

МОСКВА. Общероссийская благотворительная программа «Новый день» была организована в 1999 г. Росбанком и Детским фондом ООН (UNICEF), как одна из первых инициатив российского бизнеса по проведению открытого общероссийского конкурса грантов в социальной сфере для государственных и некоммерческих организаций, оказывающих помощь и поддержку детям России.

Было проведено 7 грантовых конкурсов более чем в 40 регионах России и поддержано 331 проект на сумму $957 064. Общий бюджет Программы превысил $1 138 000. Программа предоставляет возможности не только организациям и объединениям из любого региона нашей страны участвовать в грантовом конкурсе, но компаниям и частным лицам, которые могут стать партнерами Программы. Очередной конкурс стартовал в сентябре. Пакет документов: http://www.cafrussia.ru/newday/NewDay2006.rar.

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 39

ЕВРОХИМ ЗАКЛЮЧИЛ СОГЛАШЕНИЕ С АДМИНИСТРАЦИМИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ И ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ И ТУЛЬСКАЯ ОБЛ. Губернатор Краснодарского края Александр Ткачев и генеральный директор ОАО «Минерально-химическая компания «ЕвроХим» Дмитрий Стрежнев подписали Соглашение о социально-экономическом сотрудничестве.

В рамках корпоративной социальной ответственности компания намерена направить на реализацию благотворительных акции на Кубани не менее 31 млн руб. Приоритетными направлениями КСО являются спорт и здоровый образ жизни, наука и образование, помощь в реализации региональных программ.

Ещё одно Соглашение о социально-экономическом сотрудничестве было подписано на Новомосковском предприятии МХК «ЕвроХим» — ОАО «НАК «Азот».

В соответствии с Соглашением, МХК «ЕвроХим» взяла на себя обязательства осуществить комплекс мер по дальнейшему увеличению загрузки производственных мощностей, повышению уровня экологической безопасности и качества выпускаемой продукции НАК «Азот». Компания обязалась выделить в качестве благотворительности на реализацию различных проектов социально-экономического развития Тульской области не менее 26,6 млн руб.

БИЗНЕС ПОМОЖЕТ ОБЩЕСТВУ

ВЛАДИВОСТОК. Круглый стол на тему «Опыт осуществления и оценка эффективности социальных и благотворительных программ на Дальнем Востоке» провёл Дальневосточный филиал Фонда «Новая Евразия» в рамках Проекта «Усиление роли бизнеса в социально-экономическом развитии Дальневосточных территорий посредством реализации социальных и благотворительных программ в партнерстве с некоммерческим сектором и органами власти».

Обозначенные по итогам круглого стола проблемы и успешные модели деятельности компаний в рамках КСО помогли участникам обменяться опытом, ознакомиться с перспективами развития социальных партнерств, а также выработать повестку дня для последующего обсуждения в более широком формате с привлечением представителей органов власти и зарубежных участников в ходе работы практических семинаров, круглых столов и «Азиатско-Тихоокеанского Форума по социальным инвестициям на Дальнем Востоке», который пройдет во Владивостоке в рамках Экономического Конгресса весной 2007 г.

ШЕВРОН ПРОВЕЛ ВОЛОНТЕРСКУЮ АКЦИЮ В ДАУНСАЙД АП

МОСКВА. 50 сотрудников двух московских офисов компании «Шеврон» приняли участие в благоустройстве территории Центра ранней помощи для детей с синдромом Дауна Российской БФ «Даунсайд Ап». С 2006 г. «Шеврон» постоянно оказывает материальную помощь Даунсайд Ап. Участники «десанта» привели в порядок газоны, пропололи клумбы, подстригли деревья, убрали остатки строительного мусора и помыли велосипеды, которые используются в спортивных мероприятиях центра, а также познакомились с работой центра и его проектами.

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 40

НАЧАТА РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОГРАММЫ «ДЕТСКИЕ СЕРДЦА ТРАНСТЕЛЕКОМА»

МОСКВА. На пресс-конференции «Комплексные благотворительные программы в России – задача для крупного бизнеса» компания «Трансте-леком» объявила о начале реализации программы «Детские сердца Трансте-лекома», которая продлится до 2010 г. Ее цель – оказание помощи тяжелобольным детям с сердечно-сосудистыми заболеваниями из социально незащищенных семей. Партнер программы — БФ «Детские сердца». В рамках нового проекта бригада детских кардиологов научного Центра сердечно-сосудистой хирургии имени А.Н. Бакулева будет выезжать в отдаленные регионы России для проведения диагностики больных детей.

ДАЙМЛЕРКРАЙСЛЕР И ЮНЕСКО ОБЪЯВИЛИ О НАЧАЛЕ ВТОРОГО ВСЕМИРНОГО КОНКУРСА

МОСКВА Школьники и студенты из России могут принять участие во всемирном конкурсе «Инженерно-техническая премия «Мондиалого», который проводят концерн «ДаймлерКрайслер» и ЮНЕСКО. В рамках конкурса молодые люди из разных стран создают команды и разрабатывают проекты, направленные на устойчивое и стабильное развитие общества в таких областях как медицина и здравоохранение, пищевая промышленность, строительство, утилизация отходов, ответ на угрозы природных катастроф, энергетика, транспорт, коммуникации, водоснабжение и водоочистка. Призовой фонд – 300 тыс. евро. В первом конкурсе приняли участие 1 700 школьников и студентов из 79 стран. Подробнее – на сайте www.mondialogo.org.

MOTOROLA СОВМЕСТНО С ДЕТСКИМ ДОМОМ РАЗРАБОТАЛ ПРОГРАММУ СОТРУДНИЧЕСТВА

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ. Ее цель — развитие в детях интереса к учебе, компьютерам. В рамках программы центр пригласил лучших воспитанников детдома в Невской Дубровке в свой офис, где они встретились со специалистами одного из ведущих рекрутинговых агентств Санкт-Петербурга. На встрече было рассказано о том, какие рабочие специальности наиболее востребованы на рынке труда, как можно получить хорошую работу и достойно зарабатывать, как стать ведущим специалистом. Также сотрудники центра оборудовали два компьютерных класса детдому и подарили мультимедийный проектор для показа мультфильмов.

«ТЫ И COSMO — ПОМОЖЕМ ДЕТЯМ ВМЕСТЕ!»

МОСКВА. Летом 2006 г. журнал Cosmopolitan провел благотворительный проект «Ты и Cosmo – поможем детям вместе». 1 рубль с продажи каждого июньского номера Cosmo пошёл в благотворительную программу «Линия жизни», оказывающую адресную помощь детям. В июле 50 долларов с каждой рекламной полосы Cosmo также перечислил в «Линию жизни». В результате было собрано 1 036 242 рубля. Это позволило 8 детям, страдающим пороком сердца, купить устройства для коррекции дефекта (окклюдеры) и сделать операции.

ФОРУМ ДОНОРОВ ОБЪЯВИЛ О КОНКУРСЕ СРЕДИ КОМПАНИЙ

МОСКВА. Премии и награды в области корпоративной филантропии распространены во всем мире.

Форум Доноров в рамках CEENERGI — Центральной и Восточноевропейской сети ответственной корпоративной благотворительности объявил о конкурсе среди компаний на звание крупнейших корпоративных доноров по результатам работы в 2005 году. Для участия в конкурсе необходимо заполнить анкету и прислать ее по адресу: 127055, Москва, ул. Сущевская, д. 9, стр. 4, оф. 311, НПГО «Форум Доноров» (с пометкой «На конкурс «Крупнейший корпоративный донор России 2005») или e-mail: tca@donorsforum.ru.

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 41

НОВОКУЗНЕЦКИЙ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИЙ КОМБИНАТ – САМОЕ БЕЗОПАСНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ ОТРАСЛИ В РОССИИ

КЕМЕРОВО. На Новокузнецком металлургическом комбинате, входящем в «Евраз Групп», прошла презентация социального паспорта. Отчет, составленный по итогам работы комбината за 2005 год, содержит информацию об основных направлениях его производственно-экономической, кадровой и социальной политики. Теперь Социальный паспорт он будет ежегодно обновляться и дополняться.

НКМК стал первым металлургическим предприятием России, получившим сертификат соответствия системы менеджмента охраны труда и промышленной безопасности международному стандарту «OHSAS 18001:1999». В течение двух лет аудиторы норвежского сертификационного органа Det Norske Veritas проверяли соответствие условий труда на НКМК международным требованиям. Они оценили действующую на комбинате систему мер по сохранению здоровья людей, разработанную специалистами предприятия совместно с Челябинским НИИ безопасности труда в металлургии. Один из показателей эффективности такой системы – снижение уровня травматизма на 15%. Аудиторы отметили применение инновационных методов в области охраны труда, таких как видеоинструктажи и др.

В КИРОВЕ ПРОШЛА КОНФЕРЕНЦИЯ «СОЦИАЛЬНАЯ ПОЗИЦИЯ БИЗНЕСА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА»

КИРОВ. Конференцию провели фонд «Добрые дела Кирово-Чепецкого химического комбината», Кировский центр поддержки некоммерческих организаций и Кировский областной центр семейного отдыха и инновационных технологий в сфере культуры.

Организаторы преследовали цели познакомить компании с передовым опытом в сфере КСО, продемонстрировать успешный региональный опыт социальных проектов бизнеса, обсудить мотивацию участия компаний в улучшение социально-культурной среды региона и выработать рекомендации разработчикам и донорам в области повышения эффективности социальных программ.

На встрече обсуждалась проблема оценки эффективности социальных инициатив, финансируемых бизнесом. Одним из важных результатов конференции стали практические рекомендации для представителей бизнеса, органов власти, НКО и СМИ в области улучшения взаимодействия и развития социальной ответственности на уровне Кировской области, разработанные участниками секционных заседаний.

«ЛИНИЯ ЖИЗНИ» СОВМЕСТНО С PROCTER&GAMBLE ПОМОГЛИ БОЛЬНЫМ ДЕТЯМ

МОСКВА. Акция «Сердечная помощь» прошла с 1 августа до 30 сентября. Ее провели программа «Линия жизни» и Procter&Gamble, а также звезды российского шоу-бизнеса при поддержке рекламного агентства Grey World Wide. Цель акции – собрать деньги на операцию детям с тяжелыми заболеваниями сердца. Каждый житель России имеел возможность внести вклад в дело помощи детям. Для этого необходимо было купить продукцию компании Fairy, Mr. Proper, Comet, Ariel, Tide, Lenor, Tix, Ace, «Миф». Часть средств поступило на покупку оборудования для лечения детей по программе «Линия жизни». Кураторами акции были Тутта Ларсен, Анастасия Цветаева, Нонна Гришаева, Анастасия Волочкова, Юлия Меньшова и др. Они встретились с детьми, которые получили помощь в рамках акции. Кроме того, каждый из кураторов написал сказку. Дети получили в подарок сборник сказок, написанных звездами. За два года «Линия жизни» собрала около $3,5 млн и спасла приблизительно 700 детей из разных регионов.

По материалам АСИ, РИТНИ, focus-media.ru, Deita.ru,Infoblago.ru, www.krasnodarcity.ru, Fcinfo.ru, ФК-Новости, I38.ru, Ria-sibir.ru, Wild Salmon Center, Nakanune.ru, 24rus.ru, Форума доноров, Tatar-inform.ru, Vremya.ru, Press-Service of Community Foundation Partnership, Nakanune.ru, соб. инф.

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 42

СЕМЬ МИФОВ О БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

Татьяна Тульчинская
директор благотворительного фонда помощи детям-сиротам «Здесь и сейчас»

Благотворительность окружена самыми разнообразными мифами. Мифами, которые очень мешают в этой сфере работать, потому что ставят под сомнение честность, важность и эффективность того, что в ней делается. Конечно, мифы существуют не только в благотворительности, а практически во всех областях человеческой жизни. Беда в том, что в данном случае они могут быть не только глупыми и нелепыми, но и очень опасными. Потому что именно от благотворительности часто зависит чья-то конкретная жизнь.

Миф номер один: Помогать должны те, у кого своих денег хватает.

Благотворительность, это тот вид деятельности, который изначально определяется как добровольный, поэтому здесь вообще неуместно слово «должен». Тема «делиться надо», неосторожно анонсированная человеком небезызвестным и небедным, бодро и радостно была подхвачена, — в основном, теми, кто почему-то посчитал, что невысокая сумма ежемесячного дохода является для них основанием к тому, чтобы стать в этой жизни паразитом. В «здоровой» благотворительности ключевой является не столько тема социальной справедливости (это вообще утопия), сколько тема личной ответственности.

В России до недавнего времени благотворительность была уделом либо богатых, либо фанатиков. Сейчас, когда в стране наконец-то начал формироваться средний класс, количество потенциальных благотворителей увеличивается. Благополучный человек заинтересован в том, чтобы жить в обществе, которое и в целом социально благополучно, а потому для него естественно стремление делиться с другими тем, что у него есть хорошего, причем далеко не всегда речь идет о чем-то материальном.

Миф номер два: Благотворительные фонды создаются для того, чтобы отмывать деньги и уходить от налогов.

К сожалению, происхождение этого мифа основано не только на мнительности наших сограждан, но и на вполне конкретных фактах. То, что в стране процветает тотальное воровство, известно еще со времен Карамзина, однако не стоит забывать, что речь, в том случае, когда имеет место воровство, фактически идет о нарушении действующего законодательства. Не приходит же нам в голову, на основании того, что у нас украли в автобусе кошелек, считать ворами поголовно всех пассажиров этого автобуса. А с благотворительностью как-то обидно: кто-то своровал, а под подозрение попали все. И отмыться теперь крайне сложно.

Что касается системного воровства, то есть воровства у государства. Во-первых, легально списывать налоги на благотворительность не позволяет существующий в России Налоговый кодекс. Невозможно скинуть на счет детского дома только сумму налогов и при этом ничего не потерять из прибыли. И вообще, не бывает истинной благотворительности, при которой человек отдает, не отдавая.

Что до деятельности благотворительных фондов и организаций, подозреваемых в воровстве у граждан, то законодательство обязывает их ежегодно публиковать отчет о своей деятельности. Как правило, если фонд работает на принципах честности и открытости, он по собственной инициативе делает это гораздо чаще, — вся его финансовая документация абсолютно прозрачна, и любой жертвователь может увидеть, куда пошли его деньги, и, при желании, проверить лично.

Миф номер три: Настоящая благотворительность должна быть анонимной.

Есть точка зрения, основанная, в том числе, на Евангелии, что правая рука не должна знать, что делает левая, и потому каждый, кто хочет признания за свои благие дела, неискренен в своих порывах и корыстен.

Чем больше шума поднимает-

Вернисаж

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 43

ся в стране вокруг темы благотворительной деятельности, тем весомее становится в обществе роль третьего сектора. Здесь появляются персоналии, структуры, известные реальными делами, к которым начинают прислушиваться, которые начинают влиять на ситуацию. Этих людей трудно чем-нибудь испугать, на них трудно нажать, ими трудно управлять. Они, как правило, ничего не просят для себя и привыкли решать свои проблемы сами. Как можно на них надавить? Только лишив возможности заниматься своим делом. Это сложно сделать в лоб (нельзя же и вправду запретить помогать больным детям). Значит, остается очернить их, найти скрытые мотивы, неблаговидные предлоги, лишить их возможности быть публичными фигурами и значит играть свою роль в общественной жизни.

НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ВЫНУЖДЕНЫ ВО МНОГОМ ДУБЛИРОВАТЬ ФУНКЦИИ ГОСУДАРСТВА. ОДНАКО ДАЖЕ ЕСЛИ ГОСУДАРСТВО ОКАЖЕТСЯ В СИЛАХ РЕШИТЬ ВСЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ, БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ ВСЕ РАВНО НЕ УМРЕТ

Это выгодно тому, кто эту деятельность имитирует, тому, кто бледно выглядит перед лицом реальных дел. А таких имитаторов, кстати, не очень-то анонимных, у нас хватает, и на государственном поле, и на общественном.

Почему мы готовы обвинить публичных людей, занимающихся благотворительностью, в личном пиаре, но при этом редко задумываемся, сколько нужно мужества, чтобы своим именем гарантировать честность расходования собранных общими усилиями средств? Эти люди, на самом деле, очень сильно подставляются, – будь они хоть сто раз честны, обязательно найдется какой-нибудь злопыхатель, который захочет облить их грязью по причинам весьма далеким от предмета их благотворительности.

Многие не сохраняют анонимность только потому, что именно их известность помогает решать поставленную задачу максимально эффективно. И это касается не только массовых акций, когда они обеспечивают «кредит доверия». Умирающая от рака десятилетняя девочка, которая мечтает увидеть своего поп-кумира, от его визита в ее больничную палату получает заряд жизненных сил, сопоставимый с действием мощного лекарства.

Желание конкретного человека оказать адресную помощь и при этом остаться неназванным — достойно уважения как позиция (он действительно делает это не ради общественного признания, а по сугубо личным мотивам), но, если мы хотим не только разово помочь, но и привлечь внимание общества и государства к социальным проблемам, решать их молча никак не получится. Да простится мне подобное сравнение, — но и Иисус был публичной фигурой.

Миф номер четыре: Если уж помогать, то только напрямую, а не через фонды и общественные организации.

Действующие, а не липовые благотворительные организации создаются для того, чтобы благотворительная деятельность была максимально эффективной. Когда случилась трагедия в Беслане, было собрано огромное количество денежных средств, большая часть из которых была потрачена в рекордно короткие сроки. Было куплено много прекрасного медицинского оборудования, оплачено дорогостоящее лечение, большие суммы пострадавшие получили на руки. Все это было очень важно, но матери, потерявшей ребенка, необходима не столько материальная помощь, сколько длительная психологическая поддержка специалистов, которую, безусловно, не могут обеспечить ни частные лица, ни коммерческие организации, жертвующие деньги.

Здесь нужно участие профессионалов, и подобные программы помощи надо готовить, последовательно проводить и осуществлять их мониторинг. Это может сделать только организация или структура, для которой подобный вид деятельности является основным. Поэтому в подобных случаях благотворительные организации включаются в процесс, — и не с корыстной целью поучаствовать в освоении денежных потоков, а исключительно исходя из интересов объекта помощи.

Теперь непосредственно о людях, для которых благотворительность является основным видом деятельности. Если человек работает в этой области на постоянной основе, а речь идет именно о работе, то он естественно должен как-то решать вопрос обеспечения своего собственного существования. Далеко не все могут себе позволить ра-

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 44

ботать бесплатно. На благотворительную деятельность не должно существовать монополии неработающих жен богатых мужей, — ею должен заниматься тот, кто к ней в наибольшей степени склонен и кто в ней наиболее компетентен.

Возникает закономерный вопрос: где взять деньги? По уставу, благотворительная организация имеет право тратить на свои административные расходы, в том числе на зарплату сотрудников, не более 20% от получаемых ею средств, но если речь идет о целевых благотворительных взносах, то они все доходят до благополучателя в 100% объеме. Иными словами, человек, внесший в кассу фонда 100 рублей на лекарства для тяжело больного ребенка, может не бояться, что 20 из них пойдут на аренду офиса или зарплату секретаря. Эти затраты покрываются из грантов и целевых пожертвований на административные расходы. И, как уже говорилось, вся структура бюджета подобного фонда отражена в ежегодно публикуемом отчете.

Поэтому вопрос «А как я могу убедиться в том, что моя помощь дошла по назначению?», в сущности, имеет очень простой ответ. Все зависит только от готовности самого человека потратить некоторое время на то, чтобы проследить путь своей помощи.

Более того, людям имеет смысл быть готовыми к тому, что и личная адресная помощь далеко не гарантирует, что она непременно придется ко двору. Если, например, подарить детдомовскому ребенку новую куртку, то нет никакой гарантии, что он не толкнет ее на местном рынке и не купит себе на вырученные деньги сигарет. И сделать тут ничего нельзя, это, что называется, профессиональные риски.

Что касается перевода средств на счета различных благотворительных фондов, то внутреннее спокойствие благотворителя это вопрос его внутренней психологической стабильности. К счастью у нас достаточно людей и организаций, которые свою репутацию заработали честно.

Миф номер пять: Благотворительностью занимаются только те, кто замаливает грехи.

Да, благотворительностью занимаются, в том числе, и те, кто замаливает грехи. Действительно, часто бывает так, что человек, совершая добрый поступок, руководствуется не только, и не столько стремлением что-то для кого-то сделать, сколько желанием получить за это своего рода индульгенцию.

Однако далеко не всегда это происходит потому, что он в жизни совершил что-то неблаговидное; по принципу «согрешил — покаюсь, украл — церковь построю». Просто человек в рамках своих личных взаиморасчетов с вселенной совершает позитивный посыл просто потому, что его жизнь сложилась более успешно, чем у кого-то другого. Здесь нет темы вины за то, что ему живется лучше, он рассматривает свою возможность помочь не как долг, а как жизненную удачу.

Миф номер шесть: Благотворительность в обществе существует только потому, что государство не справляется со своими прямыми обязанностями.

К сожалению, в настоящее время некоммерческие организации и добровольцы действительно вынуждены своей деятельностью во многом дублировать функции государства: оплачивать дорогостоящее лечение тяжело больным, ремонтировать протекающие крыши в детских домах, помогать малообеспеченным семьям и т.д. и т.п. Однако даже если предположить, что случится чудо и наше государство окажется в силах разом решить все эти проблемы, благотворительность все равно не умрет.

Благотворительная деятельность имеет отношение не столько к государству, сколько к гражданскому обществу. В идеале, она охватывает те сферы жизни, которые государству, как любой системе, недоступны. Государство может обеспечить больного ребенка редкими и дорогими лекарствами, но оно не может сидеть рядом с ним на кровати и держать его за руку, когда ему больно и страшно от химиотерапии. Это можем только мы, люди.

Миф номер семь: Благотворительность воспитывает потребительство.

Такое возможно. Однако, в конечном итоге, все зависит от того, какие формы она принимает. Если задаривать детдомовских детей конфетами и подарками, то нечего удивляться, что они скоро к этому привыкнут, и любое Ваше появление в детском доме будут приветствовать вопросом: «А что Вы нам привезли?»

Продуманная, системная благотворительность реализует принцип «помоги и научи». Волшебная формулировка «не только накорми рыбой, но дай удочку и научи ею пользоваться» растиражирована во всех пособиях по благотворительности, и лучше пока не сказал никто. Грамотная благотворительность предоставляет не только помощь в экстренных случаях, но дает умения и навыки, способствует самостоятельности благополучателя в решении его проблем.

Это далеко не все мифы, которые существуют вокруг темы благотворительности. Но, если мы поборемся хотя бы с этими, уже будет неплохо.

Печатается с сокращениями
Источник: Regnum.ru

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 45

КОМПАНИИ СВОРАЧИВАЮТ «СЕРЬЕЗНЫЕ» ОТНОШЕНИЯ С СИСТЕМОЙ ОБРАЗОВАНИЯ

Мониторинг экономики образования (МЭО) проводится Государственным университетом – Высшей школой экономики вместе с Росстатом и ведущими социологическими службами России – ФОМом и Левада-центром уже 4-й год. Заказчик и основной потребитель исследования – Министерство образования и науки России. МЭО – крупнейшее в истории комплексное обследование ресурсов образования, предпочтений и стратегий участников образовательных рынков – от семей учащихся до работодателей. МЭО основан на сочетании социологических и статистических исследований в целях моделирования процессов, ускользающих от официальной статистики.

Уже в 2002 году был установлен объем теневых платежей семей в систему образования, в том числе на переходе «школа-вуз», где он достигал почти миллиарда долларов. В 2005 году на основе мониторинга впервые сделана оценка затрат российских предприятий на переобучение и дополнительную подготовку своих работников – около 400 млрд руб в год. На этом фоне заказ предприятий собственно образовательным учреждениям оказался очень мал – 17 млрд руб.

МЭО-2006 выявил ряд новых и очень сильных тенденций, продолжение которых способно за несколько лет радикально изменить не только образование и рынок труда, но и в целом систему формирования человеческого капитала России.

1. В стране сохраняется «навес высшего образования» — перепроизводство высшего образования по сравнению не только с текущими, но и с перспективными потребностями экономики. Оно поддерживается и со стороны спроса семей, и со стороны спроса предприятий. В настоящее время около 88% семей предпочитают, чтобы их дети получили высшее образование, 57,4% готовы платить за это. На этом фоне число ориентированных на среднее и начальное профессиональное образование ничтожно: если после 9 класса продолжать обучение в общеобразовательной школе собирается 62% учащихся (в Москве – 70%), то идти в техникум – только 11%(в Москве – 9%), а в ПТУ – только 5% (в Москве – 1%). При этом, правда, есть еще 20% неопределившихся. Из них, как правило, и рекрутируются учащиеся ПТУ и средних профессиональных учебных заведений. В результате экономика получает в качестве квалифицированных исполнителей людей, немотивированных к обучению и профессиональной карьере. Но это еще не все. В 2006 году с 38% до 47% выросла доля выпускников техникумов, которые вообще не собираются работать по полученной специальности, а хотят сразу поступать в вуз.

2. Предприятия сталкиваются с определенным обострением дефицита квалифицированной рабочей силы. За прошедший год доля предприятий, на которых численность персонала в основном соответствует потребностям, в секторах промышленности и транспорта снизилась на 4-5 процентных пунктов, до 46-48%. У по другим отраслям она практически не изменилась и

Вернисаж

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 46

	Доля платившихв вузе	Средний размер оплаты	Доля платившихза дополнительное образование	Средний размер затрат на ДПО
2004 — вузы	53%	17,2 тыс руб	6%	5,9 тыс руб
2005 — вузы	56%	19,3 тыс руб	18%	8,3 тыс руб
2004 — техникумы	43%	8,7 тыс руб	7%	2,3 тыс руб
2005 — техникумы	48%	9,4 тыс руб	14%	5,1 тыс руб
2004 — ПТУ	26%	6,8 тыс руб	9%	1,7 тыс руб
2005 — ПТУ	17%	6,9 тыс руб	15%	5,1 тыс руб

колеблется в районе 56–65%. Качественное распределение кадровых ресурсов складывается в пользу крупного бизнеса и так называемых «новых» отраслей экономики.

Масштабы обновления персонала остаются очень высокими прежде всего по категории квалифицированных рабочих – 73% предприятий нанимали их за 2005 год на вакантные места, хотя этот показатель несколько снизился по сравнению с 2004 г. (78%). Другие категории работников нанимались меньшей долей предприятий – неквалифицированные рабочие 54% предприятий, специалисты 35-39%.

3. Предприятия гораздо активнее на рынке работников с высшим образованием, чем на рынках выпускников ПТУ и техникумов. Из 100 предприятий, перечислявших в 2005 г. средства в учреждения профессионального образования (в основном за обучение работников), 82 перечисляли вузам, 48 – вузам и только 43 – ПТУ. Чем успешнее предприятие, тем сильнее «смещение к вузам».

Если в промышленности бывших студентов нанимают 63% предприятий, а техникумов – 45% и ПТУ – только 51%, это может означать либо то, что на должности исполнителей и техников нанимаются люди с более высоким (и невостребуемым) образованием, либо то, что предприятие опирается на привлечение на рабочие должности «гастарбайтеров».

4. Предприятия сворачивают долгосрочные формы сотрудничества с образовательными учреждениями. За последний год доля предприятий, НЕ сотрудничавших с ПТУ и профлицеями, выросла с 59% до 67%, НЕ сотрудничающих с сузами – с 61 до 71%, НЕ сотрудничающих с вузами – с 51% до 65%. Сильнее всего сократились такие формы, как заключение прямых договоров на подготовку и организацию стажировок, а также участие в финансировании учебных заведений.

5. Предприятия за последние годы создали собственную систему переподготовки и дополнительного образования. 29% опрошенных предприятий имеют собственные учебные заведения: 15% — курсы переподготовки, 11% — учебные центры, по 2% — ПТУ, колледжи и вузы! Они также предпочитают направлять работников для обучения на другие предприятия вместо того, чтобы направлять их в официальные образовательные учреждения. Последние теряют долю рынка дополнительного образования.

6. Появились сигналы о стабилизации кадрового состава предприятий. Вообще не принимали новых работников в 2005 г. 8% опрошенных предприятий (в 2004 г. – 5%). Это подтверждается и данными опроса граждан: 64% учившихся взрослых делают это для своей нынешней работы, и только 28% — чтобы найти другую работу или начать собственный бизнес.

7. Частные инвестиции в образование смещаются от основного профессионального образования к дополнительному. Основные образовательные программы все больше рассматриваются как чисто формальные, обеспечивающие необходимый документ об образовании и отсрочку от армии. В то же время реальные квалификации приобретаются в секторе дополнительного образования, часто параллельно с основным.

Наиболее характерными представляются динамика частных затрат на уровне НПО (ПТУ, профлицеи). За один год как доля плативших за дополнительное образование, так и их затраты практически сравнялись с аналогичными показателями по основным программам НПО. При этом последние сильно сократились, особенно по доле плативших. Можно сделать вывод, что те 25% относительно платежеспособных учащихся, которые присутствуют в секторе подготовки квалифицированных рабочих, наполовину переместились за последний год на курсы дополнительного образования, изъяв свои средства из ПТУ и профлицеев.

8. Кризис системы начального профессионального образования. Предприятия промышленности и торговли заявили о необходимости дополнительного обучения или переподготовки 38 и 33% вновь принятых квалифицированных рабочих. При этом потребность в переобучении в 1,5 раза выше у успешных предприятий, работающих на современных технологиях. Больше того – по мнению работодателей, если специалистов требуется переподготавливать в среднем один месяц, то рабочих – до трех месяцев!

Статья подготовлена с помощью пресс-службы ГУ-ВШЭ

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 47

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ НОВО НОРДИСК

Оксана Березняк, Яна Котухова
Ново Нордиск А/С

Фармацевтическая компания Ново Нордиск А/С основана в 1923 году. Высочайшее качество и широкий спектр средств для лечения сахарного диабета, включая самые совершенные системы введения инсулина, делают компанию мировым лидером в лечении этого заболевания. Кроме этого, компания занимает ведущие позиции в лечении таких заболеваний, как гемофилия, дефицит гормона роста, а также в области заместительной гормонтерапии у женщин. Ежегодный оборот компании составляет 4,5 млрд евро. Штаб-квартира компании расположена в Дании, представительства компании находятся в 79 странах мира, а продукцией компании пользуются пациенты в 179 странах. Производственные мощности компании сегодня способны покрыть существующую потребность в инсулине во всем мире.

Сахарный диабет – глобальная медико-социальная проблема 21 века. По прогнозам Всемирной Организации Здравоохранения (ВОЗ) уже к 2025 году количество больных диабетом в мире удвоится и достигнет более 330 млн человек. Россия входит в пятерку стран с наибольшей заболеваемостью диабетом. Затраты на лечение болезни и ее осложнений – тяжелое бремя для бюджета любой страны, и составляют по разным странам до 30% бюджета здравоохранения. Россия здесь не исключение. При этом расходы на лечение осложнений диабета превышают расходы на лечение основного заболевания в 9 раз. Таким образом, являясь одним из самых затратных в социально-экономическом плане заболеваний, диабет становиться одной из важнейших мировых проблем в области здравоохранения.

НЕЗАВИСИМО ОТ СИТУАЦИИ, ЧАСТЬ ПРИБЫЛИ КОМПАНИИ ВСЕГДА БУДЕТ ИСПОЛЬЗОВАТЬСЯ ДЛЯ НАУЧНЫХ РАЗРАБОТОК И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ЦЕЛЕЙ. ЭТО РЕШЕНИЕ НЕУКОСНИТЕЛЬНО ВЫПОЛНЯЕТСЯ УЖЕ БОЛЕЕ 80 ЛЕТ

Более 50-ти лет продукция компании Ново Нордиск используется в России и странах СНГ. В Российском представительстве компании НН, открытом в 1991 году, сегодня трудятся более 160 сотрудников. Мы имеем представительства в Украине, Беларуси, Казахстане, Узбекистане, Грузии, Армении, Азербайджане.

Победа над диабетом – главная цель Ново Нордиска, которая определяет всю ее деятельность. Именно в стремлении победить диабет, в ответственности

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 48

за жизни людей в первую очередь, и заключается наша приверженность принципам социальной ответственности в ведении бизнеса. Компания направляет все свои усилия на создание все более совершенных методов диагностики и лечения диабета, разработки новых эффективных препаратов и внедрения инновационных технологий. Особое значение компания придает поиску средств для профилактики диабета.

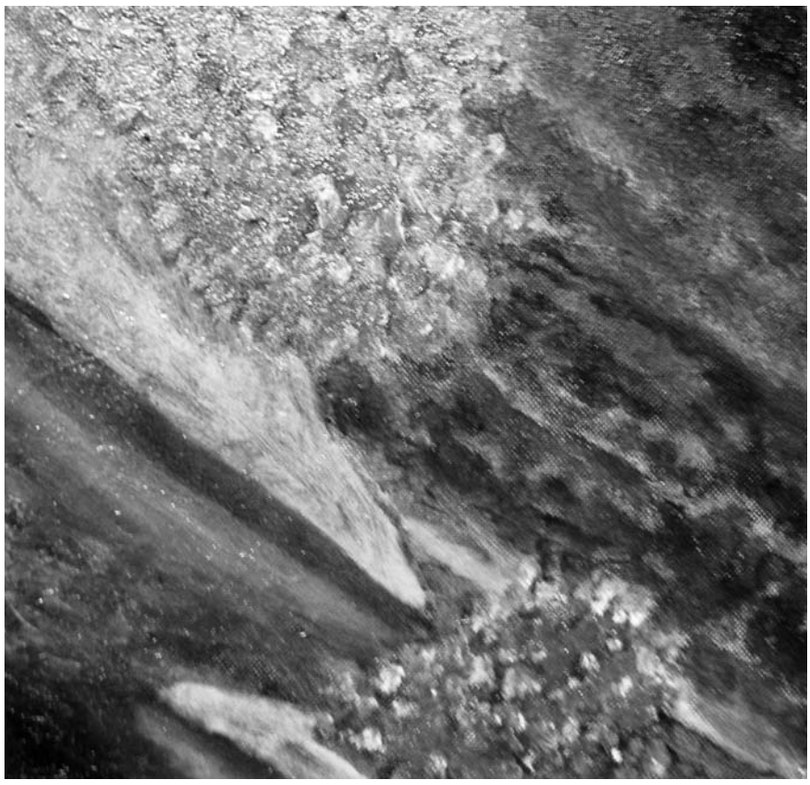
Быть лидером в лечении диабета – это гораздо больше, чем просто делать свое дело лучше всех. Деятельность компании Ново Нордиск не ограничивается развитием современных биотехнологий и производством высококачественной фармацевтической продукции. Значительные средства выделяются на образовательную и просветительскую деятельность среди медицинских работников и людей с сахарным диабетом. Компания стремится внести свой вклад в укрепление здоровья населения страны, в которой работает: оказывает гуманитарную помощь в кризисных ситуациях, участвует в создании регистра больных сахарным диабетом, проводит оздоровительные, спортивные и культурные мероприятия.

Надо сказать, что КСО для Ново Нордиска – это не дань современным веяниям и подходам. Еще на этапе становления компании ее основатели – датские ученые и предприниматели Крог, Хагедорн и Конгстед прекрасно понимали всю важность социальной ответственности бизнеса. Уже тогда они приняли решение о том, что, независимо от ситуации, часть прибыли компании всегда будет использоваться для научных разработок и благотворительных целей. Это решение неукоснительно выполняется уже более 80 лет.

Корпоративная социальная ответственность полностью интегрирована в систему принятия компанией Ново Нордиск стратегических решений через концепцию «Тройного результата» и Концепцию управления.

Организация деятельности компании в рамках концепции «Тройного результата» означает, что компания стремится достичь баланса между тремя составляющими: традиционным желанием постоянно улучшать финансовые результаты и одновременным соблюдением принципов социальной (перед сотрудниками, пациентами и обществом) и экологической ответственности. Этот подход является неотъем-

Вернисаж



bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 49

лемой частью стратегии корпоративного управления, что можно проиллюстрировать на примере «Кривой обучения», отражающей этапы интеграции в стратегию компании тех подходов, которые компания считает для себя приоритетными.

Работа с любой новой моделью или сценарием развития проходит через ряд этапов, таких как идентификации модели, определение ключевых показателей, полная интеграция в бизнес вплоть до уровня пересмотра стратегии.

Именно по этой схеме шла работа над вопросами социальной ответственности, включая права человека и доступность медицинской помощи. В качестве примера подхода с самым высоким уровнем интеграции мы можем продемонстрировать на модели управления экологической безопасностью, как фокусного направления, прошедшего все этапы интеграции вплоть до уровня пересмотра стратегии и ее выведения на следующий более высокий уровень.

Сегодня компания Ново Нордиск – лидер в вопросах социальной ответственности и охраны окружающей среды, входит в список лучших работодателей Европы.

Работая в компании, чувствуешь себя частью особой корпоративной культуры, развитие которой началось еще в 20-х годах XX века.

Этот стиль работы получил название «Концепция управления компании Ново Нордиск» и состоит из трех составных частей:

• Видение отражает стремление компании занять ведущее место на рынке за счет совершенствования методов профилактики, диагностики и лечения диабета и других заболеваний и совершенствования внешне- и внутрикорпоративных отношений.

• Устав описывает методы деятельности. В нем закреплены Ценности, Обязательства и Основные правила – главные принципы управления компании.

• Политика компании направлена на следование самым высоким этическим стандартам, воплощение в жизнь идеалов и укрепление репутации компании.

СЕГОДНЯ НОВО НОРДИСК – ЛИДЕР В ВОПРОСАХ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ И ОХРАНЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ, ВХОДИТ В СПИСОК ЛУЧШИХ РАБОТОДАТЕЛЕЙ ЕВРОПЫ

Концепция управления Ново Нордиска напрямую соотносится с концепцией «Тройного результата», являющейся основным принципом деятельности компании. При этом Концепция постоянно совершенствуется: например, в 2004 году были внесены поправки в Устав, подчеркивающие «стремление компании вести бизнес, соблюдая принципы финансовой, экологической и социальной ответственности».

Концепция управления интегрирована в ежедневную деятельность компании, в работу каждого ее сотрудника через использование специальной методологии, позволяющей все верхние уровни Концепции ввести в ежедневную практику.

Наша методология – это инструмент, реально обеспечивающий на всех уровнях организации внедрение и воплощение корпоративных целей (через систему сбалансированных показателей), ежегодный отчет с соблюдением стандартов GRI, аудит и фасилитацию. На основе этой системы проводится ежегодная оценка индивидуальной деятельности каждого сотрудника, который должен отвечать за применение Концепции на практике в повседневной работе.

Как корпоративная модель управления применяется на практике, можно проиллюстри-

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 50

ровать на примере деятельности Ново Нордиска в России.

Положение лидера накладывает на компанию особую ответственность – перед пациентами, врачами, обществом в целом, поэтому компания ставит перед собой в области КСО следующие масштабные цели:

• обеспечение эффективного использования продукции компании (обеспечение высокого качества препаратов, своевременная поставка);

• гарантия доступности жизненно-важных препаратов (включение препаратов в государственную программу ДЛО (дополнительное лекарственное обеспечение);

• помощь в развитии системы диабетологической помощи страны, участие в государственных программах;

Все это – составные части КСО и принципиальная позиция компании Ново Нордиск в России и в мире. За каждым из этих направлений стоит огромное количество акций и проектов.

СОЦИАЛЬНАЯ ОТЧЕТНОСТЬ – ЭТО ТЕХНОЛОГИЯ, ПОЗВОЛЯЮЩАЯ КОМПАНИИ НЕПОСРЕДСТВЕННО УЛУЧШАТЬ КАЧЕСТВО УПРАВЛЕНИЯ И ТЕМ САМЫМ ПОВЫШАТЬ УСТОЙЧИВОСТЬ СВОЕГО РАЗВИТИЯ

Развитие системы диабетологической помощи можно проиллюстрировать через наш масштабный проект «Мобильный Диабет-центр». В 2002 году для решения задач, поставленных Федеральной целевой программой «Сахарный диабет» Министерством здравоохранения и социального развития РФ, Эндокринологическим Научным Центром РАМН в партнерстве с компанией, был создан «Мобильный Диабет-центр» – уникальный передвижной научно-исследовательский и лечебный центр, оснащенный самым современным диагностическим и лабораторным оборудованием. Он полностью соответствующий задачам реформы здравоохранения в части создания центров тиражирования высоких технологий. Во время экспедиций деятельность этого Центра осуществляется на базе местных лечебных учреждений, в тесном взаимодействии с медицинскими службами регионов, что позволяет в кратчайшие сроки развернуть высокоспециализированную профильную диабетологическую клинику. Основные цели проекта – изучение фактической распространённости сахарного диабета, выработка национальных «Рекомендаций по контролю диабета», оказание медицинской помощи пациентам с серьезными осложнениями, обучение специалистов на местах самым современным методам лечения, разработка и внедрении практических рекомендаций по улучшению качества диабетологической помощи в регионах России. В рамках проекта проведены экспедиции в 17 регионах России, обследовано более 11 500 человек.

Для привлечения внимания органов власти и широкой общественности к острейшим проблемам диабета в 2004 году Мобильный диабет-центр работал на Межпарламентской ассамблее стран СНГ в Санкт-Петербурге, а в 2005 году в Государственной Думе. Около тысячи человек – депутаты, сотрудники аппарата, журналисты продемонстрировали ответственное отношение к собственному здоровью, пройдя экспресс-тестирование на диабет.

В рамках работы медицинского отдела российского пред-

Вернисаж

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 51

ставительства компании функционирует Обучающий центр, созданный в 1997 году. Ежегодно более 1200 врачей-эндокринологов из России и стран СНГ имеют возможность повысить свою квалификацию и получить самую современную информацию по разным аспектам клинической эндокринологии и диабетологии. Выпускается методическая литература, обучающие компьютерные программы.

Одно из важных направлений деятельности компании – сотрудничество с Международной диабетической федерацией (IDF) и региональными диабетическими ассоциациями. С целью повышения осведомленности общества о проблемах диабета, выработке эффективных решений по профилактике диабета и его осложнений компания участвует в организации ежегодных международных встреч IDF-Europe. Проводится большая работа по поддержке деятельности диабетических ассоциаций России и стран СНГ, организация и участие в проведении многочисленных совместных акций и проектов. В течение четырех последних лет Международная диабетическая федерация присуждает компании Ново Нордиск звание «Лучший корпоративный партнер».

С 1998 года в регионах России регулярно проходит гуманитарная программа «Волшебный рюкзачок». За это время рюкзачки с набором всего самого необходимого (полугодовой запас инсулина, шприц-ручки и обучающая литература) получили более 4600 детей с диабетом. В 2004 году программа была номинирована на конкурс «Платиновая унция» как «Лучший социальный проект года».

Ежегодно 14 ноября Ново Нордиск вместе со всем миром отмечает Международный день диабета. В штаб-квартире и представительствах компании проводятся различные мероприятия, направленные на привлечение внимания к проблеме диабета. Традиционно в этих акциях участвуют все сотрудники Ново Нордиск, которые разделяют видение компании в области КСО. По своей собственной инициативе, на личные средства, в свободное время они инициируют и реализуют программы помощи тем, кто в ней нуждается. Они осознают свою ответственность перед обществом, оставаясь и вне компании не равнодушными людьми. А это значит, что вся система работает правильно.

Согласно критериям Accountability Institute, социальная отчетность – это технология, позволяющая компании непосредственно улучшать качество управления и тем самым повышать устойчивость своего развития. В 1993 году Ново Нордиск стала первой в Дании и одной из первых компаний в мире, начавших публиковать отчеты по воздействию на окружающую среду, постоянно повышая при этом свои экологические и биоэтические стандарты. В 1999 году Ново Нордиск опубликовала свой первый отчет по социальной ответственности на основе стандартов GRI. В рейтинге компаний по нефинансовой отчетности за 2002-2004 годы Ново Нордиск занимает 2-е место в мире.

В начале прошлого года, российское представительство Ново Нордиск выпустило отчет о своей социальной, гуманитарной, просветительской и образовательной деятельности за 2004 год. Отчет компании стал первым нефинансовым отчетом среди фармацевтических компаний России. Уже подготовлен к опубликованию отчет за 2005 год.

В своей деятельности Ново Нордиск ставит перед собой цели и задачи, которые являются экономически эффективными и одновременно экологически необходимыми и социально обоснованными. Мы стремимся способствовать развитию общества, в котором мы живем и работаем. Воплощение этой стратегии позволит компании получать прибыль в долгосрочной перспективе, имея при этом «лицензию» общества на деятельность и «развитие без разрушений». Мы абсолютно уверены и весь наш опыт говорит, что это возможно. С нашей точки зрения, это модель бизнеса 21 века – модель «развития без разрушений».

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 52

ПАРТНЕРСТВО МЕЖДУ ГОСУДАРСТВОМ И БИЗНЕСОМ: ФОРМИРОВАНИЕ НОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Методы государственного стимулирования социальной ответственности компаний

Брук Горовиц

исполнительный директор Российского партнерства по развитию ответственного бизнеса московского филиала Международного форума лидеров бизнеса (IBLF)

Существует мнение, что правительство должно управлять, а бизнес – заниматься бизнесом. В России, как и в других странах, многие предприниматели были бы вполне довольны развивать свой бизнес при минимальном регулировании и вмешательстве государства. В свою очередь государство иногда препятствует участию предпринимателей в политической жизни.

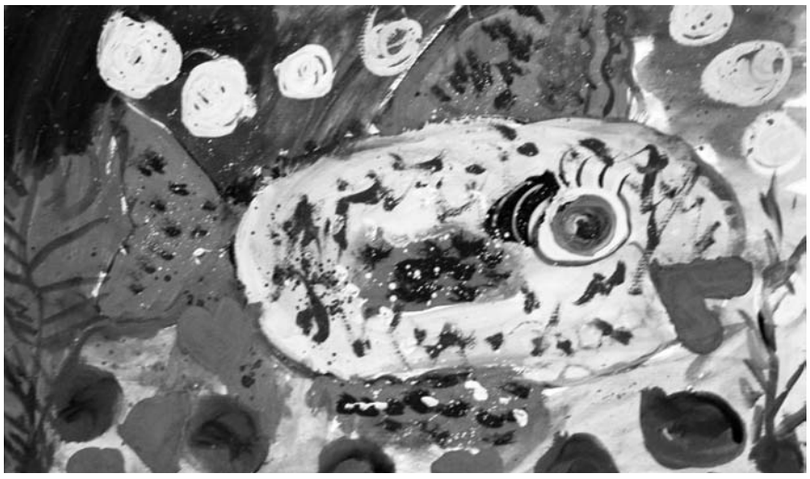
На самом же деле, государственные и частные интересы глубоко взаимосвязаны. В годы советской власти экономика страны находилась под полным контролем государства. А в девяностые годы, наоборот, наблюдался практически полный контроль бизнеса над государством. Сегодня в России нового тысячелетия пока не существует четкого разграничения компетенций и интересов государственного и частного секторов: экономика некоторых областей почти полностью зависит от отдельных предприятий, олигархи становятся губернаторами, депутаты госдумы получают громадные официальные (и неофициальные) доходы от участия в коммерческой деятельности. На определенном уровне отношения между государством и бизнесом хорошо отлажены из-за системы взяток и коррупции. В том, чтобы сохранить этот «несвященный союз», многие имеют личную заинтересованность.

В то же время и у властей и в бизнесе растет понимание, что необходимо по-новому перестроить отношения государства и компаний. При системе коррупции частные интересы довлеют над общественными. Это может помочь в решении проблем компаний, но только временно. И это, конечно, неэффективный для экономического роста и, кроме того, несправедливый способ подмены неработающих рыночных механизмов.

По мере того, как будет расти отчетность чиновников (за счёт развития демократических институтов, авторитета закона и гражданского общества), а также стремление компаний внедрять правильное корпоративное управление (под влиянием акционеров и конкуренции), будет расти и мотивация создать между бизнесом и государством новые отношения, которые будут обуславливать новые взаимовыгодные пути сотрудничества на основе ясных и четко разграниченных ролей.

Однако этот процесс таит в себе множество сложностей. Опасность заключается в том, что в условиях быстрорастущего рынка с громадным разрывом между крайне богатыми и несостоятельными это разделение может привести к экономической незащищенности и социальной исключенности целых групп населения. При существующем распределении ролей бизнеса и государства социальная сфера оказалась на самой периферии внимания. Компании, оставшиеся с советских времен, попытались сложить с себя максимум социальных обязанностей, таких как: обслуживание ведомственного жилья, оплата коммунально-бытовых расходов, содержание спортивных сооружений. При этом правительство по различным причинам не имело ресурсов, власти или политической воли для того, чтобы принять эти расходы на себя. В результате, несмотря на экономический рост, составляющий 6,4% в год,

Вернисаж



bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 53

положительный торговый баланс, растущий спрос на российскую нефть и газ при рекордно высоких ценах ситуация в социальной сфере не улучшается.

На самом деле общий интерес государства и бизнеса заключается в том, чтобы не дать этой тенденции развиваться дальше. Правительства призваны регулировать экономику так, чтобы всё общество в целом имело возможности развиваться, чтобы существовал баланс между защитой прав индивидуума на ведение коммерческой деятельности и гарантиями социальной справедливости для всех. Для успешного ведения бизнеса нужна процветающая экономика (чтобы реализовывать продукты и услуги), здоровая, заинтересованная и квалифицированная рабочая сила (для более высокой производительности), конкуренция (для того, чтобы иметь высококачественных и конкурентоспособных поставщиков) и социально-направленное стабильное общество (для того, чтобы минимизировать инвестиционные риски). В 21 веке политические стратегии, направленные на обеспечение социальной справедливости (за счет расширения возможностей для всех членов общества), совпадают со стратегией создания успешно функционирующей рыночной экономики.[1]

Недавние заявления правительства свидетельствуют о понимании сути вопроса, однако подходы к его практическому решению определены недостаточно четко. Постоянно раздаются призывы к бизнесу «проявить корпоративную ответственность» в финансовой поддержке социальных нужд общества. Это, конечно, неудивительно, что в стране, где люди стали сказочно богаты в результате произвольного перераспределения государственной собственности, от них требуют «немного поделиться». В последние два года отмечается беспрецедентная щедрость среди наиболее состоятельных руководителей бизнеса.

Совсем недавно государство предприняло попытку занять более активную позицию в развитии социальной инфраструктуры. В 2005 г. социальные расходы ок. 400 млрд рублей достигли рекордного уровня и составили 1,8% ВВП, что на 20% больше, чем в предшествующем году, однако всё еще намного ниже уровня, необходимого для того, чтобы приблизиться к уровню, сравнимому даже с самыми бедными странами Западной Европы.

ГОСУДАРСТВУ И БИЗНЕСУ НЕОБХОДИМО НЕ ТОЛЬКО РАЗГРАНИЧИТЬ СФЕРЫ СВОЕЙ КОМПЕТЕНЦИИ, НО И СОВМЕСТНО ОПРЕДЕЛИТЬ СВОИ ОБЯЗАННОСТИ И ВЗАИМНЫЕ ОЖИДАНИЯ

Понятно, что государству и бизнесу необходимо не только разграничить сферы своей компетенции, но и совместно определить свои обязанности и взаимные ожидания. Эти новые отношения не должны оставаться на уровне частных интересов, а должны подняться на уровень партнерства, основанного на взаимном интересе, балансе государственных и частных целей. Этот процесс должен быть открытым и прозрачным, иначе средства будут растрачены впустую. При достижении правильного баланса отдача как для бизнеса, так и для общества будет поразительной. В любом случае, с учетом прогноза потребности в инвестициях в развитие инфраструктуры и в социальную сферу на ближайшие годы для государства не остается другого выбора, кроме привлечения частного сектора.

Как именно сложатся эти отношения, прогнозировать трудно, так как невозможно воспользоваться единой моделью из опыта других стран. В создании нового социального партнерства, будут иметь значение такие совершенно различные в каждой стране факторы как: роль государства в системе социального обеспечения, готовность бизнеса к участию в социальных инициативах, ожидания общества, распределение полномочий между центром и регионами, уровень экономического развития, распределение доходов и потребность в расходах на социальные нужды..[2]

Таким образом, мы не пытаемся определить, какими должны быть условия взаимного соглашения, или как технически осуществится разделение ролей, а попробуем на основе международного опыта и некоторого количества положительных российских примеров, предложить ряд методов и процессов для со-

[1] http://www.dti.gov.uk/ministers/speeches/alexander180302.html, речь Дагласа Александера, члена Парламента Великобритании, министра по электронной коммерции и конкуренции, на конференции по социально ответственным инвестициям, организованной компанией "Pensions Investment Research Consultants" (PIRC), 18 марта 2002 г.

[2] "Государство как партнер. Роль центрального правительства в создании новых социальных партнерств", ("Government as Partners – The Role of Central Government in Developing New Social Partnerships") The Copenhagen Centre and Ashridge Management College, 2000

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 54

здания эффективного партнерства. В рамках данной статьи нас интересует, какие методы существуют, чтобы содействовать долгосрочному диалогу между этими двумя секторами, и как государственные органы могут проявить инициативу в сфере построения таких отношений.

РАЗЛИЧНЫЕ ФОРМЫ СОТРУДНИЧЕСТВА ГОСУДАРСТВА С БИЗНЕСОМ

Всемирный банк предлагает выделить 4 категории деятельности государства в построении отношений с частным сектором[3]: создание законов (Mandating), содействие (Facilitating), партнерство (Partnering), признание (Endorsing).

СОЗДАНИЕ ЗАКОНОВ

В рамках своей «законодательной» роли правительство на разных уровнях определяет минимальные стандарты деятельности бизнеса в пределах существующих правовых норм. В случае России это и является основным камнем преткновения в отношениях между государством и бизнесом, поскольку именно здесь правительство принимало законы часто без учета мнения предпринимателей и было неспособно проводить их в жизнь. Для того, чтобы государственно-частное партнерство действительно заработало, между его участниками должно существовать доверие. После «Дела ЮКОСа», по мнению СМИ, в среде лидеров бизнеса мало доверяют намерениям правительства. Прежде всего, правительство должно восстановить утраченное доверие, обеспечив справедливое и равное для всех применение действующих законов. Более того, потребуется доказать, что государство не ставит себя над законом: трудно ожидать от компаний ответственного отношения к общественным интересам, когда зачастую госорганы содействуют коррупции и участвуют в ней, особенно в сферах касающихся бизнеса, таких как, например, государственные тендеры и заказы.

Вернисаж

Было много дискуссий о возможностях стимулирования вклада частных компаний в развитие общества путем законодательного предписания определенных типов поведения. И действительно, весь свод законов, включая трудовое законодательство, кодексы корпоративного управления и природоохранное законодательство, должен быть составлен таким образом, чтобы обязать компании быть социально ориентированными. Например, в США существует ряд законов, непосредственно касающихся социальной ответственности корпораций: закон о коррупции за рубежом (Foreign Corrupt Practices Act — FCPA), закон Сарбейнса-Оксли (Sarbanes-Oxley Act) – о соответствии финансовой отчётности общепринятым принципам учета, закон о нарушении гражданских прав (The Alien Tort Claims Act), разрешающий иски против действий американских компаний за рубежом, а также ограничения по импорту, например, товаров, при производстве которых эксплуатировался детский труд. Некоторую социальную направленность имеет механизм публичных тендеров, который предписывает компаниям придерживаться «высоких стандартов» ведения бизнеса и за рубежами США. Американский закон гласит, что сотрудники американских корпораций независимо от того, являются ли они гражданами США, будут нести юридическую ответственность за нарушение американских законов в стране, где они работают. Примером действия закона об ответственности корпораций на международном уровне может служить деятельность Корпорации частных внешних инвестиций (Overseas Private Investment Corporation – OPIC), которая страхует инвестиции американских компаний от финансовых и политических рисков в более чем 150 странах. OPIC требует, чтобы деятельность всех компаний, получивших страховку, соответствовала высочайшим стандартам корпоративной ответственности, например, содействовала развитию страны пребывания, охране окружающей среды, со-

[3] "Роль государственного сектора в укреплении социальной корпоративной ответственности: базовое исследование". ("Public Sector Role in Strengthening Corporate Social Responsibility: A Baseline Study.") World Bank, October 2002.

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 55

блюдению международного законодательства о труде и правах человека. Эти требования закреплены в контрактах, причем OPIC требует их соблюдения и от субподрядчиков.[4]

В случае России можно было бы рекомендовать разработку и принятие новых законов, направленных на обеспечение более справедливой и стабильной экономической среды, поощрение ответственного поведения компаний и стимулирование инновационных форм предпринимательства, таких как частно-государственные партнерства (ЧГП), в рамках которых частное предприятие принимает на себя обязанности по управлению государственными активами. Однако такая дискуссия имеет смысл, лишь при условии, что законы будут по-настоящему воплощаться в жизнь. Пока же государство может параллельно развивать другие формы деятельности, за пределами своей традиционной роли как создателя законов.

СОДЕЙСТВИЕ

В роли содействующей стороны государство может поощрять участие компаний в улучшении социальной сферы и окружающей среды. Существует множество примеров, когда финансовые механизмы – от государственных заказов до налоговых льгот, от новаторских механизмов финансирования до грантов, позволяют создать так называемые «кластеры» (т.е. новые центры малого инновационного бизнеса), привлекая в регион инвестиции и создавая новые рабочие места. Органы власти также могут содействовать развитию или внедрению определенных механизмов и методов управления, например, программ маркировки продукции или регламентов управления и отчетности в компаниях.[5]

Хорошим примером того, как государство может направить деятельность частного сектора на благо общества, является стимулирование развития среднего и малого бизнеса. МСП (малые и средние предприятия) эффективно обслуживают крупные компании, которые хотят привлечь внешних субпоставщиков, таким образом, позволив себе осуществить реструктуризацию и сокращение штата. Предлагая на рынке больший выбор услуг и продуктов, МСП стимулируют конкуренцию. МСП в целом рассматриваются как движущая сила для стимулирования занятости и повышения благосостояния населения.

Одним из наиболее действенных методов государственного поощрения развития МСП также является финансирование научно-исследовательских разработок.

Хорошим примером такой практики в последнее десятилетие служит Великобритания.

Она продемонстрировала поразительный рывок, превратившись из страны с вялой экономикой и преимущественно национализированной промышленностью в мощный центр инновационных технологий и предпринимательства. Наиболее наглядный пример – это так называемый «феномен Кембриджа». Кембридж – это университетский город, за последние годы ставший новой «силиконовой долиной» Европы. Город изначально обладал преимуществом близости университета с многолетними научными традициями, но инвестиции в новые технологии не могли произойти автоматически. Определив наличие «инвестиционной пропасти» («equity gap», то есть отсутствие финансирования на ранней стадии развития коммерциализации новых технологии), британское правительство с 1998 года создало ряд новых возможностей для стимулирования мелкого предпринимательства: гранты на поддержку вновь созданных предприятий, технологические гранты на подготовку экономических обоснований и бизнес-планов, кредитные гарантии, и инвестиционные фонды. В последних, государство владеет миноритарной долей в таких венчурных фондах, как, например, британский фонд высоких технологий («UK High Technology Fund»). Этот 12-летний фонд с 126 млн фунтов, в котором доля государства составляет 20%, стал инвестором более чем 110 вновь созданных предприятий и существенно увеличил рост инвестиций высокого риска в новые технологии.[6]

Другой особенностью «феномена Кембриджа» является создание Кембриджского технопарка – места сосредоточения компаний, лабораторий и финансовых и консультационных фирм, которые специализируются в области высоких технологий. Им университет Кембриджа

[4] "Глобализация: многочисленные федеральные меры дополняют усилия американского бизнеса в сфере корпоративной социальной ответственности во всем мире", ("Globalization: Numerous Federal Activities Complement U.S. Business's Global Corporate Social Responsibility Efforts") United States Government Accountability Office. GAO-05-744, August 2005.

[5] Примером непосредственного применения рекомендаций может служить Пятая программа политики и действий в сфере окружающей среды и устойчивого развития Европейского Союза (Fifth Programme of Policy and Action in Relation to the Environment and Sustainable Development). ("Public policy and voluntary initiatives: What roles have governments played?") OECD Working Papers on International Investment Number 2001/4, February 2001

[6] Из тренинга Максима Баутина, директора GEIF (Great Eastern Investment Fund), в ходе проекта IBLF при финансировании TACIS "Стимулирование инвестиционных возможностей в Новосибирской области", октябрь 2005.

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 56

дал право на аренду офисных помещений по льготным ставкам. Хотя размещающиеся здесь МСП совершенно самостоятельны, у них существуют возможности для плодотворного обмена идеями, технологиями, маркетинговыми стратегиями, методами привлечения инвестиций. Даже в век Интернета географическая близость и местная сеть деловых связей являются важнейшим аспектом успешного развития МСП. Британское правительство приняло активное участие в финансировании подобных кембриджскому технопарков, а также инновационных кластеров, бизнес-инкубаторов и технопарков в форме предоставления грантов, займов и инвестиционных фондов, стимулирующих совместную работу компаний и университетов. Сегодня технопарки существуют во многих британских университетах, а эту модель также можно наблюдать в других странах, например, в София-Антиполисе на юге Франции и в китайском Хсинчу.

Сегодня в России имеется понимание содействующей роли государства, и хотя результаты этой деятельности пока мало ощутимы, уже существует ряд примеров сотрудничества бизнеса и региональных властей. Один из наиболее интересных примеров можно наблюдать в Липецке, где при финансовой поддержке ЕС местная администрация создает технический центр для МСП в области машиностроения. «Липецкий кластер», основанный на модели итальянского района Марке[7], показывает, как можно создавать центр экспертизы, и потом её передать МСП, что позволит им участвовать в тендерах, объявленных крупными региональными фирмами, и повысить свою конкурентоспособность и профессионализм. Крупные компании имеют личную заинтересованность в поддержке такого центра. В конечном итоге они смогут отойти от традиционной вертикально интегрированной структуры и передать внешним субподрядчикам многие производственные процессы, сократив, таким образом, себестоимость собственного производства. Это здоровый путь экономического возрождения, причем в случае Липецка речь идёт даже не о высокой технологии, а о традиционной отрасли промышленности. Вот наглядный пример партнерства между федеральным правительством, местной администрацией, западным и российским бизнесом. Прогнозировать результаты пока преждевременно, но, как указал министр экономики Г. Греф, «сейчас 6 зон – это оптимально с точки зрения наших возможностей их внятно администрировать. Нам надо получить первый опыт. Практически ни одна страна, которая совершала мощный рывок в развитии, не обошлась без использования такого инструмента».[8]

Помимо законодательства и финансовых инструментов, существует целый ряд управленческих стандартов и норм, которые могут применяться компаниями и которые могут поощряться государством, добровольное применение которых могло бы поддержать государство. Фактически, это и есть отправная точка «социального договора», лежащего в основе подобного партнерства: государство отказывается от чрезмерно жестких законодательных требований при условии, что бизнес повысит уровень своей ответственности перед обществом. Систематическое нарушение рекомендуемых или добровольных норм неизбежно будет приводить к ужесточению законодательства. Поэтому следование рекомендуемым нормам и стандартам отвечает долгосрочным интересам бизнеса.[9]

Все это отражает попытку найти баланс между законодательной и содействующей функциями государства. Во многих странах мира ведется полемика о том, должны ли быть социальные и экологические отчеты обязательными или добровольными. В США бизнесмены возражают против введения обязательной отчетности по социаль-

ОТПРАВНАЯ ТОЧКА «СОЦИАЛЬНОГО ДОГОВОРА»: ГОСУДАРСТВО ОТКАЗЫВАЕТСЯ ОТ ЧРЕЗМЕРНО ЖЕСТКИХ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫХ ТРЕБОВАНИЙ ПРИ УСЛОВИИ, ЧТО БИЗНЕС ПОВЫСИТ УРОВЕНЬ СВОЕЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПЕРЕД ОБЩЕСТВОМ

[7] http://www.meccano.it/meccano.htm.

[8] С дополнительной информацией о Ллипецкой экономической зоне можно ознакомиться на сайте Липецкой областной администрации http://www.admlr.lipetsk.ru/rus/news/full.php?numPage=1#18413bfa0b47a5246a4025d281e4bca7 http://www.regnum.ru/news/551415.html.

[9] Дополнительные сведения по данному вопросу см. в издании "Снижение риска политического провала: проблемы соблюдения нормативных требований", ("Reducing the Risk of Policy Failure: Challenges for Regulatory Compliance"), OECD, Paris 2000.

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 57

ным и экологическим вопросам из-за традиционного неприятия чрезмерного регулирования, а также перегруженности другими видами отчетности и особенно в связи с переходом на МСФО и с введением закона Сарбейнса-Оксли. Однако, с одной стороны, побуждаемые требованиями рынка, а с другой, поощряемые властями, компании добровольно согласились принять процедуры внутренней и внешней отчетности. Многие известнейшие фирмы США наряду с финансовым отчетом публикуют и экологический и социальный отчеты – так называемая «triple bottom-line», т.е. «тройная отчетность». Социальные отчеты стали нормой общественной жизни, способом показать позицию компании в отношении общества, что, представляет компанию в выгодном свете, повышает ее конкурентоспособность. Во Франции, где сильны традиции более жесткого государственного регулирования, правительство приняло закон, обязывающий предоставлять социальный отчет. То же самое произошло и в Австралии, но по иным причинам. Там общественность обеспокоена состоянием окружающей среды и полагает, что экологический отчет поможет показать реальное поведение компаний в этом отношении.

В России отсутствует давление со стороны гражданского общества или со стороны потребительского рынка, так что легко может возникнуть соблазн сделать социальную отчетность обязательной. Однако, с учетом того, что до сих пор не обеспечено надлежащее соблюдение даже основных законодательных норм, введение новых требований, особенно в такой сфере, которая в любой стране с трудом поддается учету и контролю, пока представляется бессмысленным. Именно поэтому более уместной формой влияния федеральной и местной властей на деятельность компаний будет содействие. Внедряя рекомендации, поощряя «правильное» поведение, государство фактически произносит первое слово в диалоге между бизнесом и государством; тогда как законодательство, вносящее дополнительные ограничения или усиливающее бюрократическое бремя, является последним словом.

Вернисаж

ПАРТНЕРСТВО

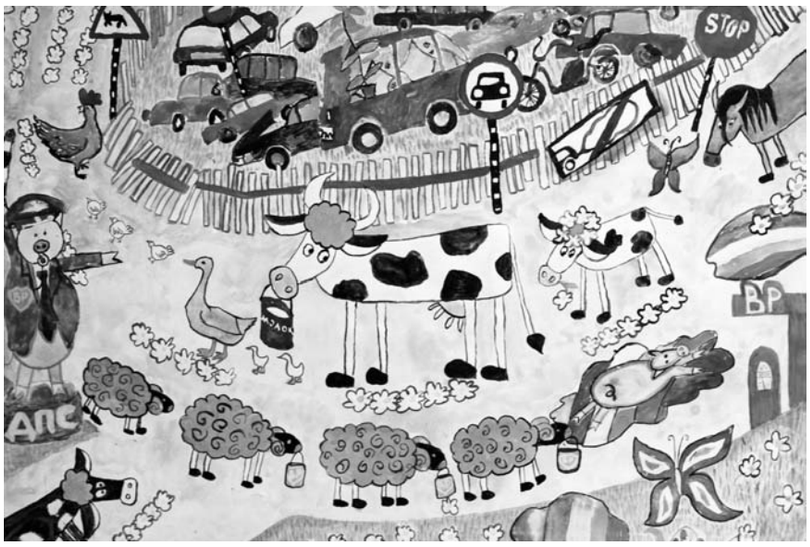
В западных странах три сектора – государство, бизнес и НКО – находятся в состоянии постоянного конфликта и его разрешения. Эти трения являются основой гражданского общества. Три сектора в сочетании с демократическими институтами, законодательством и СМИ по существу обеспечивают баланс сил и интересов, при котором ни один из секторов не может подчинить себе другие. Этот баланс удерживает компании и их руководителей от социально безответственных действий. Возьмем, например, так называемую проблему «fat cats», т.е. «жирных котов» (завышенные выплаты топменеджерам). Во Франции генеральный директор сети гипермаркетов «Carrefour» при увольнении из-за плохих коммерческих результатов получил многомиллионное выходное пособие. Акционеры были возмущены, началась кампания в прессе, и французские законодатели были вынуждены ввести новый закон, запрещающий непропорциональные выплаты.

Таким образом, конфликт и нахождение баланса между секторами являются неотъемлемой чертой гражданского общества. Эта напряженность может находить разрешение через суд, и, разумеется, это будет решением, но таким, при котором одна из сторон остается обиженной, а все стороны несут финансовые убытки. Альтернативный вариант – компромисс. Такой подход «просвещенного эгоизма» является более дешевым и долгосрочным решением. Процесс достижения эффективного и динамического баланса между секторами называется партнерством.

Когда мы говорим о партнерстве в данном контексте, мы имеем в виду установление не-

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 58

Вернисаж



прерывного диалога, а не просто разовое соглашение как частно-государственное партнерство в узком смысле этого понятия (кстати, ЧГП, т.е. крупные инвестиции частного капитала в государственный сектор, может стать одним из наиболее благоприятных результатов успешного партнерства). Во-вторых, установление партнерских отношений не обязательно сводится к двусторонним отношениям между государством и бизнесом. В этой формуле также участвует общество («конечный потребитель»). В наиболее успешных партнерствах общественные группы сыграли важнейшую роль, их голоса были услышаны, они активно участвовали в процессе и содействовали развитию партнерства в качестве посредников.

Однако партнерские отношения не всегда могут сложиться сами собой, и не все партнерства оказываются успешными. Препятствиями здесь могут быть и отношение участников партнерства (скептицизм, консерватизм, предвзятость относительно ролей, которые должны играть разные секторы – «бизнес должен заниматься бизнесом»), несовместимые управленческие методы секторов (бюрократические подходы правительства, краткосрочное планирование бизнеса, экономически необоснованные рекомендации НКО), а также индивидуальные ограничения участников (отсутствие опыта, образования, знаний, концептуального видения). Партнерство нужно создавать, затем поддерживать и развивать. На Западе компании, правительство и НКО проводят много времени в развитии контактов друг с другом. Существует множество организаций, комитетов, советов, лоббистских групп и сетевых организаций, способствующих этому диалогу и сближению представителей трех секторов.[10]

Итак, если партнерство выгодно для участвующих сторон, в их интересах будет не только создавать и поддерживать процесс партнерства, но и развивать его, преодолевая препятствия при помощи образовательных программ, тренингов, обмена информацией и поощрения более широкого участия общественности. На Западе принципы партнерских отношений стали частью теории и практики государственного и делового управления. Существует целый раздел научной литературы, посвященный партнерствам, курсы и тренинги для государственных служащих и персонала фирм, а также программы для обучения кадров особенно, для обучения квалифицированных посредников в партнерстве; существуют даже государственные фонды поддержки партнерств.[11]

В РОССИИ ПРОЦЕСС ПОСТРОЕНИЯ ПАРТНЕРСТВ НАХОДИТСЯ В ЗАЧАТОЧНОМ СОСТОЯНИИ, ПОСКОЛЬКУ ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО ВСЕ ЕЩЕ МАЛО РАЗВИТО. МЕЖДУ ТРЕМЯ СЕКТОРАМИ ПО-ПРЕЖНЕМУ НЕ СУЩЕСТВУЕТ ДОСТАТОЧНОГО ВЗАИМОПОНИМАНИЯ И ДОВЕРИЯ

В России процесс построения партнерств находится в зачаточном состоянии, поскольку гражданское общество все еще относительно мало развито. Несмотря на некоторый прогресс, меж-

[10] Для примеров наиболее удачных партнерств, см. полную версию статьи на сайте www.iblf.ru.
[11] Например http://thepartneringinitiative.org/

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 59

ду тремя секторами по-прежнему не существует достаточного взаимопонимания и доверия.

Теоретически, все три сектора должны быть глубоко заинтересованы в распространении знаний, обмене передовой практикой и распространении информацией о деятельности партнерств. Правительство как орган несущий прямую ответственность за социальное развитие, имеет сильнейшие рычаги для формирования общественного мнения и обладает необходимым потенциалом для создания «культуры партнерства». А так как, по мнению некоторых обозревателей СМИ, уровень доверия к правительству в России сегодня со стороны бизнеса и НКО достаточно низкий (серьезно повлияли на это «Дело Юкоса» и недавние изменения законодательства об НКО), правительство должно быть заинтересовано в восстановлении отношений с остальными общественными группами путем развития партнерств. Однако, свидетельств такой заинтересованности, кроме недавно обозначенных особых экономических зон и проекта закона по ЧГП, имеется немного. Культура партнерства и авторитарные тенденции политической культуры, по-видимому, плохо сочетаются.

Тем не менее, опыт партнерства передается в Россию благодаря поддержке западных стран: через USAID, программу ЕС TACIS, а также благодаря грантодателям, таким как «Фонд Форда» и фонд «Новая Евразия». Хорошим примером технического содействия служит программа по партнерству в институциональном развитии (Institution Building Partnership Programme) под эгидой TACIS, предлагающая малые гранты на создание партнерств между организациями гражданского общества в СНГ и странах ЕС. Поддерживаемые проекты не просто направлены на привлечение ценного западного опыта, они, как правило, поощряют образование партнерств между разыми секторами.

ПРИЗНАНИЕ

Признание достижений исключительных результатов компании в корпоративной ответственности может выразиться в разных формах. Это может быть награждение премиями, опубликование списков лучших компаний, предоставление контракта в результате победы в государственных тендерах, присуждение знака качества. Признание могут выражать правительство, деловые ассоциации, сами компании, НКО. В Западной Европе и США публичное признание определенных достижений – это популярный способ привлечь внимание к общественным приоритетам и поощрить поддерживающие их компании, например, присуждением титула «лучший руководитель года», или включением в список «Fortune 500», или награждением премии «за достижения в экспорте». Можно отметить и деятельность, способствующую внедрению концепции партнерств между государством и бизнесом: ответственное деловое поведение, деловая этика, корпоративная благотворительность, персональная деятельность сотрудников по поддержке общественных инициатив.

Признание компаний правительством может поощрять их ответственное поведение. Компании в США и Западной Европе постоянно ищут возможности быть упомянутыми в речи ведущего политика, получить признание профессиональной ассоциации или благожелательный отзыв в прессе. Вспомним тезис, приведенный в самом начале этой статьи, западные компании заинтересованы в том, чтобы быть хорошими «корпоративными гражданам», не только из-за необходимости соблюдать законы или некий моральный кодекс поведения. Репутация компании среди правительственных кругов, клиентов, инвесторов, сотрудников и местного населения рассматривается как основная корпоративная ценность. Это непосредственно влияет на обеспечение стабильного роста прибыльности и, впоследствии, на цену акций на рынках ценных бумаг. Безответственное поведение может погубить эту репутацию мгновенно. А заслужить её можно только в процессе последовательного и планомерного сотрудничества с обществом и конструктивного вклада в решении общественных проблем. Меры по признанию ответственного корпоративного поведения во всем мире в значительной степени относятся к сфере деловой репутации и создания благоприятного имиджа компании в глазах общественности.

Результаты опроса, проведенного правительством США, показали, что некоторые лидеры бизнеса не убеждены в эффективности государственного признания как инструмента государственного управления. Некоторые респонденты отметили, что различных наград так много, что ценность каждой девальвируется, тем более, если они не сопровождаются мощной кампанией в СМИ[12]. В других странах, включая Россию, такое отношение может быть связано с представлением об отсутствии объективных критериев при распределении этих знаков признания. Поэтому на волне всеобщего скептицизма относительно

[12] "Глобализация: многочисленные федеральные меры дополняют усилия американского бизнеса в сфере корпоративной социальной ответственности во всем мире" ("Globalization: Numerous Federal Activities Complement U.S. Business's Global Corporate Social Responsibility Efforts"), United States Government Accountability Office. GAO-05-744, August 2005.

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 60

	Традиционные подходы		Новые тенденции
Стратегический подход	Решение проблем по мере их возникновений	➡	Системные изменения
Действия властей	Каждое подразделение государства принимает решения в изоляции	➡	Координированное и интегрированное принятие решений
Привлечение частного сектора	Частный сектор привлекается лишь для финансирования и осуществления проектов	➡	Частный сектор участвует в разработке проектов и социальной политики
	для общества	➡	с участием общества
Участие общественности	Общество как объект	➡	Общество как участник

мотивов взаимоотношений между бизнесом и государством государственные методы признания могут вызвать негативную реакцию. В России, где пока достаточно часто встречается показное отношение к публичному признанию, есть риск, что форма начнет преобладать над содержанием. Тогда вопросам репутации и саморекламы будет уделяться больше внимания, чем реальному вкладу в общественное развитие. После заявления президента Путина о том, что он ожидает от компаний более социально ответственного поведения, деловой мир живо отреагировал на поставленную задачу отчасти из-за нежелания разделить участь «Юкоса». В России вклад компаний в общественную жизнь редко отслеживался или оценивался с точки зрения его эффективности для общества (или хотя бы для самой компании). Примеры добросовестного корпоративного поведения (которые якобы имели место) почти никогда не получали никакого официального признания. Тем более эти проекты часто не являлись ни долгосрочными ни устойчивыми, и не вносили вклад в построение отношений доверия между бизнесом и обществом. Такого рода «признание» на фоне отсутствия диалога между государством, частным сектором и обществом может привести лишь к обратному результату.

Тем не менее, в России есть возможности для выражения государственного признания ответственного корпоративного поведения и примеров передовой практики по созданию партнерств. Можно учредить награду «За корпоративную ответственность», но это должна быть совместная награда от имени государства и бизнеса. Крупные компании (уже добившиеся максимально возможного признания) должны быть готовы спонсировать премию, администрирование которой необходимо поручить нейтральной стороне. Правительство также примет участие в программе – награды будут вручаться должностными лицами высокого ранга. Это в значительной степени уменьшит скептицизм в отношении процесса и объективности его осуществления. В то же время подобная награда помогла бы распространить принципы ответственного ведения бизнеса за пределы нескольких ведущих компаний, привлекая внимание более широкого круга руководителей бизнеса, а также не только российских СМИ, но и западных инвесторов и общественного мнения.

К ФОРМИРОВАНИЮ НОВЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ

В распоряжении правительств разных стран имеется целый арсенал мер и механизмов для вовлечения компаний в создание более справедливого и богатого общества. Законодательство, рекомендуемые нормы деятельности, налоговые льготы и гранты, образование и обучение, а также общественное признание – все эти средства могут служить созданию новых отношений между тремя секторами.

Во всем мире – и Россия не исключение – происходит сдвиг в сторону новой концепции взаимоотношений между государством и обществом, в которой консультации с обществом будут составной частью системного подхода, как это показано на схеме ниже.

ВКЛАД КОМПАНИЙ В ОБЩЕСТВЕННУЮ ЖИЗНЬ РЕДКО ОТСЛЕЖИВАЛСЯ ИЛИ ОЦЕНИВАЛСЯ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЛЯ ОБЩЕСТВА

Старые методы государственного управления, включая советский режим, стремились к закрытости и не предусматривали консультаций с внешними партнерами при формировании социальной политики. Таких партнеров обычно приглашали к участию уже на завершающем этапе, когда правительством были уже определены соответствующие механизмы решения обсуждаемых проблем – классический подход «сверху вниз». В противоположность этому в новых

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 61

партнерских отношениях используются знания и опыт партнеров, которые активно вовлекаются в обдумывание и разработку решений. В этой модели роль властей – не указывать, что делать, а содействовать распространению передового опыта и поощрять эффективные партнерства. Привлечение партнеров, а по сути, всего общества, является составной частью этого «всенародного» подхода.[13] Когда частный сектор и общественность с самого начала вовлечены в процесс выработки социальной политики, это невероятно облегчает осуществление даже самых радикальных приятных изменений, и способствует наиболее эффективному распределению финансирования и инвестиций.

Специфика российского общества и экономики по сравнению с другими странами заключается лишь в том, что произошел необыкновенно резкий и внезапный поворот от государственной к частной собственности. Все остальные проблемы, а именно: построение эффективного государственного управления, ответственного бизнеса и активного гражданского общества точно такие же, как и в других странах. Тот факт, что государство и бизнес, работая в партнерстве, могут сделать для общества и для собственного блага больше, чем в противоборстве, становится все более очевиден для всех заинтересованных сторон. Несмотря на проблемы, в России появляется все больше примеров партнерства, а можно использовать также многие из успешных и значимых примеров зарубежного опыта в ходе преобразования отношений между государством и частным сектором. Благодаря знаниям о методологии партнерства, обучению, известной доле упорства и терпения в России должны сформироваться новые общественные отношения, в которых будут справедливо сбалансированы общественные и частные интересы.

С полной версией статьи можно познакомиться на www.iblf.ru.

КОМИССИЯ ПО БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В АНГЛИИ И УЭЛЬСЕ

Комиссия по благотворительности имеет длинную историю, уходящую корнями еще в XVII век. Сегодняшний вид Комиссия приобрела в 1993 году, когда был введен в действие Акт о Благотворительности. По этому акту Правительство Великобритании присвоило Комиссии статус «автономного» департамента, во главе которого не стоит ни один министр. Это позволяет в некоторой степени избежать государственного контроля и давления.

В результате различных реформ, произошедших в Великобритании за все время существования Комиссии по благотворительности (с 1601 года), сегодня она представляет собой административный орган, подотчетный, однако, судебным инстанциям, за исключением вопросов об использовании публичных ресурсов – в этом случае Комиссия отчитывается перед министром внутренних дел (Home Secretary) и правительством, но не парламентом.

Финансирование Комиссия получает от правительства и от Головного офиса. Её деятельность распространяется на Англию и Уэльс; в Шотландии и Северной Ирландии другие административные и законодательные условия. Координирует деятельность подразделений Председатель, который назначается Правительством Великобритании. Вместе с ним правительством назначается еще несколько руководителей комиссии, которые управляют штатом примерно в 500 человек в трех офисах, расположенных в разных частях страны.

Роль комиссии в повседневной жизни заключается в поддержке и регулировании деятельности благотворительных организаций в Великобритании, число которых – ни меньше ни больше – 190 000. Среди обязанностей – оказание помощи, внедрение новых технологий и распространение опыта среди «начинающих» благотворителей, содействие более эффективному использованию средств на благотворительность, проверки организаций-благотворителей на предмет финансовой прозрачности. В случае выявления коррупции, различных нарушений, превышения должностных полномочий, Комиссия вправе закрыть банковские счета и отстранить от должности менеджмент организации.

Сама же Комиссия формулирует свои задачи следующим образом:

- содействие росту доверия населения к благотворительным организациям;
- распространение среди ши-

[13] "Государство как партнер. Роль центрального правительства в разработке новых социальных партнерств", ("Government as Partners – The Role of Central Government in Developing New Social Partnerships"), The Copenhagen Centre and Ashridge Management College, 2000 p.22.

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 62

рокой общественности преимуществ существования в стране благотворительности;

• продвижение идеи соответствия требованиям, описанным в законе, по контролю и управлениею благотворительностью;

• содействие эффективному распределению ресурсов;

• повышение прозрачности деятельности благотворительных организаций.

Функции комиссии:

• право определять, подходит ли организация под статус благотворительной;

• способствовать лучшему управлению деятельности благотворительных организаций;

• выявлять и пресекать нарушения в деятельности и коррупцию в благотворительных организациях;

• собирать и распространять информацию;

• консультировать государство по вопросам благотворительности.

В целом можно сказать, что основная функция Комиссии заключается в том, чтобы определять, какие добровольческие объединения соответствуют определенным юридическим и административным критериям и достойны называться благотворительными организациями пользоваться привилегиями и положением, которые несет в себе этот статус; и оказывать помощь в эффективном распределении ресурсов.

В Комиссии зарегистрированы различные организации: государственные структуры (такие как Британский Совет и Художественный Совет), национальные и межнациональные образования (National Trust и Британский Красный Крест), узко специализированные организации (такие как Arthritis Care, Samaritans). На сайте Комиссии (www.charitycomission.gov.uk) в открытом доступе находится список всех благотворительных организаций, с полной информацией об их деятельности, финансировании и учредителях.

Чтобы получить статус благотворительной организации, необходимо пройти целый ряд процедур, предписанных законом. Во-первых, для того чтобы законно считаться благотворительной организацией, необходимо соответствовать критериям, выработанных за 400 лет существования Комиссии и соответствующего законодательства.

Утвержденные организации-благотворители обязаны раз в год предоставлять Комиссии финансовый отчет и отчет о деятельности организации.

Комиссия периодически проводит проверки организаций-благотворителей на предмет финансовой прозрачности. В случае выявления коррупции, различных нарушений и так далее, Комиссия вправе закрыть банковские счета или отстранить от должности менеджмент организации.

Благотворительность – ключевой момент в «некоммерческом» законодательстве Великобритании. В связи с этим, на данный момент основным спорным моментом относительно Комиссии является законопроект, касающийся благотворительной деятельности в стране (Charities Bil). С одной стороны, проект призван улучшить Акт о благотворительности, которому в общей сложности больше 400 лет, но в то же время он может существенно ограничить влияние Комиссии, установив над ней Трибунал, в который будут поступать жалобы от организаций, пострадавших от «несправедливых» решений Комиссии. Дело в том, что Комиссия просто не в состоянии «обслуживать» все 190 000 организаций, включенных в ее список. Таким образом, помощь от Комиссии осуществляется выборочно, равно как и проверки. Это, в свою очередь, задевает и обделяет многие организации, которые считают такую деятельность несправедливой.

Печатается с сокращением по материалам ICNL (The International Center for Not-for-Profit Law). Русская версия — на сайте Форума доноров

Вернисаж

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 63

ДАР БАФФЕТА СТАНЕТ САМЫМ КРУПНЫМ ПОЖЕРТВОВАНИЕМ НА БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

Миллиардер номер два в списке Forbes решил поделиться своими деньгами с миллиардером номер один. Уоррен Баффет намерен передать $37 млрд благотворительному фонду Билла Гейтса и его супруги Мелинды. Фонд Гейтса уже насчитывает почти $30 млрд. С деньгами Баффета он станет самой богатой благотворительной организацией мира.

О намерении потратить свое состояние на помощь нуждающимся Уоррен Баффет, состояние которого журнал Forbes оценивает в $44 млрд, заявил еще в марте. «Все свои акции я готов потратить на благотворительность», – сказал тогда основатель компании Berkshire Hathaway, предварительно заявив, что уходит на пенсию.

Фонд, который возглавляют основатель Microsoft и его супруга Мелинда, получит от Баффета 10 млн акций компании Berkshire Hathaway. Этот дар станет самым крупным пожертвованием на благотворительность в истории США.

Помимо суммы, которую Баффет перечислит фонду Билла Гейтса, он пообещал передать часть акций трем своим детям, а также фонду своей покойной супруги. Каждый из этих даров будет перечисляться получателям ежегодно – по 5% каждый год.

Остальные средства будут переданы в три фонда, возглавляемые детьми Баффета, а также в фонд Susan Thompson Buffett Foundation, названный в честь покойной жены миллиардера Сьюзен – она умерла в возрасте 72 лет два года назад. После передачи средств в благотворительные фонды Баффет сократит свой пакет акций Berkshire с 31 до 5%.

Фонд Билла Гейтса ставит своей целью борьбу с болезнями и повышение образованности населения по всему миру. Кстати, недавно сам Гейтс, самый богатый бизнесмен мира, заявил, что намерен отойти от рутинной деятельности в Microsoft. К июлю 2008 года он хочет полностью сосредоточиться на работе фонда, сумма средств в котором сейчас составляет чуть менее $30 млрд. Баффет и Гейтс знакомы друг с другом – в частности, они играют в бридж.

До сих пор супруги Гейтс были главными опекунами своего

фонда, но теперь, как пишет Fortune, к ним присоединится Баффет. Основатель Microsoft готов поделиться властью в организации.

Баффет заявил, что считает филантропию одним из важнейших направлений сегодня. «Но я уверен, что благотворительность будет востребована и через десять, и через двадцать лет, и в будущем», – сказал он.

По материалам газеты «Взгляд». Полная версия — http://www.vz.ru/society/2006/6/26/38974.html

ОСТОРОЖНАЯ ЩЕДРОСТЬ РУССКИХ БОГАЧЕЙ

Питер Финн (Peter Finn)
22 сентября 2006

МОСКВА – Российские богачи, прославившиеся своей жизнью на широкую ногу и на островах Средиземноморья и в лондонском районе Мэйфэр (Mayfair), нашли новое применение своим толстым кошелькам: филантропические фонды.

Богатые присуждают тысячи стипендий самым талантливым, поддерживают искусство и культуру, создают библиотеки, школы и университеты, способствуют росту Русской Православной Церкви и улучшают систему здравоохранения в стране, 20% населения которой живет в бедности.

Но поразительно, что в длинном списке достойных проектов нет одного – развития демократии. Доноры «опасаются политических последствий», говорит Мария Черток, глава российского представительства фонда Charities Aid. «В настоящее время работать в таких сферах, как

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 64

Вернисаж

права человека и социальная справедливость, просто небезопасно».

После распада Советского Союза в 1991 г. в этой огромной стране, богатой природными ресурсами и имеющей сильную систему образования, появилось 33 миллиардера и 90 000 миллионеров. «Я считаю, что любой бизнесмен, у которого достаточно средств, который имеет больше, чем ему нужно, обязан отдавать другим. Это его судьба», – говорит Дмитрий Зимин, основатель компании «ВымпелКом», занимающей второе место на российском рынке сотовой связи, и фонда «Династия» для поддержки фундаментальной науки, в особенности, физики.

Общая сумма пожертвований в России, включая корпоративную благотворительность, составляет около $1,5 млрд в год – сущие пустяки по сравнению со средствами, жертвуемыми американскими благотворителями. Но все же, это несоизмеримо с цифрой в миллион долларов в 1992 г., когда после десятилетий коммунизма, приучивших людей полагаться на государство, идея частной филантропии была совершенно непривычной, – говорят в британской организации Charities Aid, помогающей богатым создавать благотворительные фонды.

Однако в условиях все большего сосредоточения власти в Кремле российская элита считает, что, финансируя группы, выступающие за развитие демократии, правового государства, свободу прессы и права человека, она навлекает на свои капиталы риск применения карательных мер со стороны государства.

Нефтяной барон Михаил Ходорковский, вложивший $60 млн в проекты по поддержке демократии, отбывает срок в сибирской колонии. Власти закрыли его фонд «Открытая Россия» в рамках дела по обвинению Ходорковского и созданной им компании ЮКОС в уклонении от уплаты налогов.

В настоящее время финансирование правозащитных групп почти полностью ведется американским и европейскими правительствами и частными фондами.

Зарубежные благотворители и российские грантополучатели стали объектом повышенного внимания властей с принятием в этом году нового закона о некоммерческих организациях. Президент Владимир Путин заявил, что этот закон нужен для недопущения иностранного вмешательства в политический процесс страны, но, по мнению российских активистов, он настолько туманен, что такая общественная деятельность, как мониторинг соблюдения прав человека, может быть расценена как политическая, и занимающиеся ею организации могут быть закрыты.

В первые годы после распада Советского Союза филантропия развивалась быстрыми темпами. Появилась тенденция к замещению корпоративной благотворительностью функций, которые неадекватно выполнялись государством в тех регионах, где были размещены крупные предприятия. Бизнесмены финансировали программы в сфере жилья, здравоохранения, образования и досуга. Индивидуальные пожертвования зачастую направлялись произвольно, и расход средств практически не отслеживался.

Вскоре репутация филантропов оказалась подмочена, поскольку некоторые использовали благотворительные фонды для отмывания денег и получения налоговых льгот. Все подобные льготы – как для благотворителей, так и для грантополучателей – были отменены в конце 1990-х.

Годы коррупции оставили свой след на благотворительном секторе. Министерство экономического развития и торговли разрабатывает законопроект, по которому неправительственные организации будут освобожде-

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 65

ны от уплаты налога на получаемые гранты. Но налоговых льгот для доноров по-прежнему не будет.

«Это очень чувствительный вопрос для наших властей, поскольку они думают, что налоговые льготы – это способ не платить налоги вообще, а общество оказывает недостаточную поддержку филантропии», – говорит Лариса Зелькова, генеральный директор благотворительного фонда Владимира Потанина. Это первый в России частный фонд, созданный в 1999 г. миллиардером, владельцем банков и предприятий горной промышленности. Основная сфера его деятельности – поддержка образования. Ежегодно он тратит на благотворительные цели около $10 млн. По словам Елены Чернышковой, исполнительного директора фонда «Династия», рядовые россияне считают, что благотворительность богатых – это расплата за грех их богатства, и она не должна давать каких-то налоговых льгот. «Россиян еще предстоит убедить в том, что стимулирование филантропии может принести пользу стране», – говорит она.

После того, как Путин стал президентом, и влиятельных олигархов приструнили, филантропия стала более структурированной благодаря созданию частных и корпоративных фондов. Большинство благотворителей стремится доказать свою лояльность Кремлю и готовность быть хорошими корпоративными гражданами.

По данным Форума доноров, в настоящее время не менее 12 российских частных фондов, большая часть которых была создана в последние три года, направляют на благотворительные цели от $1 до 36 млн в год. Появились и десятки мелких фондов, которые ежегодно расходуют сотни тысяч долларов.

Нефтяной и металлургический магнат Виктор Вексельберг и его жена создали фонд «Добрый век», способствующий улучшению лечения психических заболеваний. Президент финансовой корпорации «УралСиб» Николай Цветков основал фонд «Виктория», оказывающий помощь детским приютам.

Михаил Прохоров, сделавший свое состояние на никеле, основал Фонд культурных инициатив. Губернатор Тверской области, бывший промышленник Дмитрий Зеленин основал фонд «Хорошее начало» в поддержку здравоохранения и образования. Фонд «Вольное дело» был основан в прошлом году Олегом Дерипаской, 38-летним алюминиевым магнатом, чье состояние журнал Forbes оценивает в $7,8 млрд.

РОССИЙСКАЯ ЭЛИТА СЧИТАЕТ, ЧТО, ФИНАНСИРУЯ ГРУППЫ, ВЫСТУПАЮЩИЕ ЗА РАЗВИТИЕ ДЕМОКРАТИИ, ПРАВОВОГО ГОСУДАРСТВА, ОНА НАВЛЕКАЕТ НА СВОИ КАПИТАЛЫ РИСК ПРИМЕНЕНИЯ КАРАТЕЛЬНЫХ МЕР

В прошлом году фонд «Вольное дело» направил $36 млн в две сферы: на поддержку православной церкви и образования. Он финансирует социальные и образовательные программы 172 православных приходов по всей стране, а также православные школы и семинарии. «Мы рассматриваем это как духовное возрождение и верим, что это важно для развития гражданского общества в стране», – говорит Тамара Румянцева, исполнительный директор фонда «Вольное дело».

По мнению Зельковой, российские фонды видят потребности страны иначе, чем зарубежные, для которых приоритетом является развитие демократических ценностей. «Я не считаю, что мы не активны в этой области из-за страха, – говорит Зелькова. – В настоящее время у нас другие приоритеты, но косвенно мы участвуем в создании гражданского общества, воспитывая новое, творческое поколение».

Однако Зимин из фонда «Династия» говорит, что он все более обеспокоен тем, в каком политическом направлении движется страна, и решил, что его организация должна выйти за рамки поддержки научных исследований. В настоящее время из $4 млн, которые фонд тратит ежегодно, примерно четвертая часть идет либеральному исследовательскому центру и на обучение журналистов, а также на другие проекты в области развития гражданского общества.

По словам Зимина, благодаря тому, что он продал свой мажоритарный пакет акций, ему было легче решиться пойти по следам Ходорковского. «Я чувствую себя гораздо более свободным и независимым, чем в те времена, когда за мной стоял «ВымпелКом» с миллионами пользователей и тысячами сотрудников, – заявил он. – Тогда я был куда менее откровенным в своих поступках и заявлениях, но теперь я свободен – или более свободен».

По материалам газеты «The Washington Post», США. Печатается с сокращениями

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 66

Эхо Москвы. Программа «Лукавая цифра»

Благотворительность

Олег Сысуев,
председатель попечительского совета программы «Линия жизни»,
Маша Гессен,
журналист
Эфир вели Маша Майерс, Тоня Самсонова

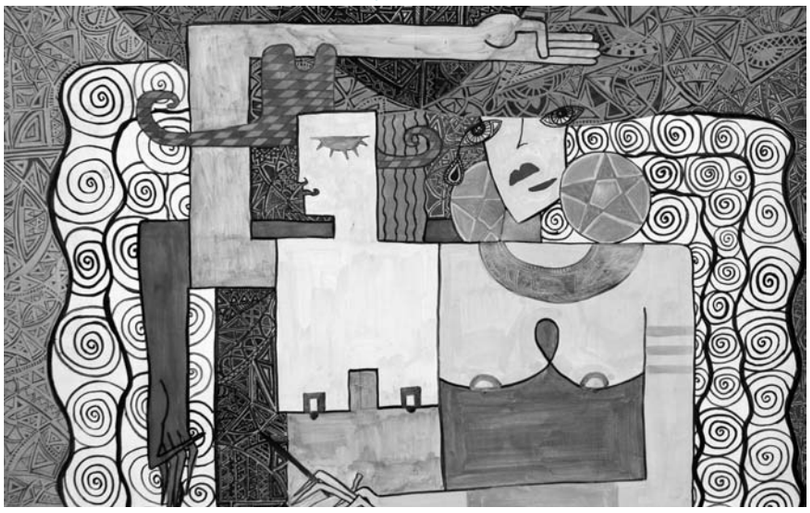
Т. САМСОНОВА: Более 50% россиян вообще не знают о существовании благотворительных организаций в России. А если быть точнее, 59% россиян сказали «я не знаю таких организаций». 40% проявили очень низкий уровень осведомленности. Что это значит? Что вообще из всех опрошенных в России людей только 15% смогли назвать конкретные благотворительные организации. 7% лишь знают об их работе, конкретной деятельности. И только 2% россиян сталкивались с деятельностью благотворительных организаций в России.

О. СЫСУЕВ: Цифры ровно отражают тот период, который переживает наше общество. И мне кажется, что другие цифры могли бы быть, если бы у нас было гражданское общество, или вернее, попытка построить это гражданское общество. Потому что мы пытались в начале, в середине 90-х уйти от системы благотворительности абсолютно советской, государственной, когда вся благотворительность заключалась в том, что около человека, выдающего аванс или зарплату, сидел представитель «Красного креста» и собирал по 2 копейки. Вот и все. Тогда мы перешли к системе таких спонтанных, ни чем не мотивированных льгот отдельным фондам. Я имею в виду середину 90-х годов. Всякие фонды спорта, всякие афганские организации, которые, в общем, зарекомендовали себя, мягко говоря, негативно.

Т. САМСОНОВА: Туда жертвовали частные граждане свои 15–20 рублей.

О. СЫСУЕВ: Зачастую это превращалось в кормушку для обогащения очень узкого круга лиц. Поэтому все это заканчивалось даже трагически, как мы знаем. Это, конечно же, не имело абсолютно никакого отношения к благотворительности. В России очень много формально существующих благотворительных организаций. Мы не можем говорить, что система благотворительности устоялась, что у нас есть доверие населения. Важно, что это должно развиваться в России: это – реабилитация, во-первых, благотворительности, как общественного явления. Второе, это построение нормального законодательства. И третье, это превращение социальной ответственности, так называемой, которая сейчас активно пропагандируется государством, фактически является директивным сбором средств на те задачи, которые государство считает правильными, превращение социальной ответственности в настоящую благотворительность, чтобы это стало уделом не отдельного круга лиц, которые действуют по приказу, а чтобы это была реализация движения души любого человека, который хочет помочь нуждающемуся.

Вернисаж



М. МАЙЕРС: Сегодня благотворительность в России – увеличение кредита доверия. Чтобы эта волна пошла, необходима инициатива снизу и сверху. И как вообще стимулировать эту ситуацию?

О. СЫСУЕВ: На самом деле,

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 67

Вернисаж

здесь существует противоречие. И я ничего не могу лучше придумать, как все-таки в системе, когда у нас власть абсолютно вертикальная, когда у нас отсутствуют по большей части институты гражданского общества, когда у нас единственное, может быть, такое авторитетное средство массовой информации, где мы сейчас присутствуем, является независимым, а все остальные, в том числе, электронные, важнейшие средства массовой информации являются государственными, я ничего не могу предложить, кроме как воззвать к государству заняться этой проблемой. Потому что, видимо, все люди, которые сейчас занимаются благотворительностью, зачастую считаются городскими сумасшедшими. Их очень много в провинции. Они пытаются как-то собрать деньги на улице, у своих знакомых и закрыть какую-то проблему. Если они будут пытаться что-то сделать, то ничего не получится. Нам не удастся реабилитировать проблему благотворительности. Именно поэтому говорил о решении участвовать в этом пресловутом Годе благотворительности, который собственно мы сегодня переживаем, потому что других инструментов нет, кроме апеллирования на этот счет к государству. И мне кажется, что важно в этом смысле, безусловно, использование средств массовой информации. Важна пропаганда, и важно, безусловно, показывать, что есть примеры позитивные, когда существуют схемы удобные для участия в благотворительности. Когда существуют схемы, которые позволяют быть уверенным в том, что любой рубль, отданный на благотворительность, найдет цель, которая заявлена. И есть системы, которые позволяют быть уверенным в том, что ты получишь обратную реакцию, и тебе скажут, как отработали твои деньги.

М. МАЙЕРС: Что такое «удобно заниматься благотворительностью»?

О. СЫСУЕВ: Это когда ты можешь, не сходя с рабочего места, используя свой персональный компьютер, который, конечно же, включен в корпоративную сеть, посредством несложных операций, набрав любую сумму в соответствующей клеточке, и кликнув мышкой, направить деньги на лечение, скажем, тяжелобольного ребенка, биография которого у тебя перед глазами на том же компьютере. И автоматически с твоей заработной платы будет списана эта сумма. И через 2 недели ты получишь информацию о том, что этому ребенку сделана операция. И он будет жить долго и счастливо после этой операции. Такие системы существуют. И лучше всего, как показывает опыт, это получается у частных корпораций. Больших, конечно, сетевых. И в данном случае, видимо, государство не может и не должно помогать устраивать подобного рода системы. Но рассказывать об этом надо.

М. МАЙЕРС: Общество воспринимает благотворительные организации как шпионские.

М. ГЕССЕН: Это в общем, не удивительно. Как государство сказало, так и воспринимает. Единственная надежда на то, что это все-таки абстрактное восприятие, а не конкретное восприятие той благотворительной организации, с которой человек может столкнуться. Закон о некоммерческих организациях — это тяжелейший удар для благотворительных организаций. Налоговый кодекс в его нынешней редакции – это просто огромное, постоянное препятствие в работе благотворительных организаций...

Т. САМСОНОВА: А Вы можете подробнее объяснить, что значит «налоговый кодекс препятствует»? Там какая-то система супер налогообложения?

М. ГЕССЕН: На Западе заниматься благотворительностью выгодно, там она поощряется. Например, если в Америке ты даешь какие-то деньги на благотворительность, ты их списываешь с налогооблагаемой суммы своего дохода. Это не значит, что ты это вычитаешь прямо из налога, и это соответственно идет тебе в доход.

Это касается и прибыли корпорации. Там несколько другие правила. Но принцип того, что все идет на благотворительность, государство не трогает. Не то что опять-таки это идет тебе в доход, но государство говорит «Хорошо, если это благотворительность, то тогда мы тут ни причем. Тогда мы умываем

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 68

Вернисаж

руки и оставляем Вас в покое. Вы распоряжаетесь своими деньгами так, как Вы считаете нужным. И поскольку это на благое дело, то мы отойдем в сторонку». Вот наше государство так не делает. И надо сказать, уже довольно давно, вот когда появился нынешний налоговый кодекс. Сколько это было? Лет 7 назад. 6 лет назад, по-моему, была встреча представителей некоммерческих организаций и представителей правительства, на которой мне посчастливилось быть. Это было нечто фантастическое. Потому что отношение, которое до сих пор существует к неправительственным организациям и благотворительным организациям, отношение не то что недоверия, а сугубой подозрительности, это было просто во всей красе. Когда тогдашний министр социалки Починок сказал: «Ну, слушайте, мы же не можем разобраться в том, какие из этих благотворительных организаций действительно занимаются благотворительностью, а какие просто созданы в качестве крыши. Поэтому мы, на всякий пожарный, будем облагать налогом все». Это презумпция виновности выражена в том, как государство относится к благотворительным организациям.

Т. САМСОНОВА: Может быть, я скажу крамольную вещь, Вы корпорация, хотите тратить деньги на благотворительность. Почему они не должны облагаться налогом? Ведь государство хочет получить эти деньги в бюджет. И оно само знает, у него есть достаточно информации. Она аккумулируется в центре.

О. СЫСУЕВ: Это абсолютно правильная позиция для государства, которое не собирается превратиться в гражданское общество. Абсолютно. Вот это и есть позиция, когда мы говорим, что мы не доверяем нашему обществу, мы не верим тому, что это народ пьющий, ворующий, еще чего-то делающий может когда-то решить, самоорганизовавшись, какую-либо значимую проблему. Мы все за него сделаем сами. Кто мы? Люди, спустившиеся с Луны? Да нет. Чиновники, ворующие больше, чем гражданское общество. Чиновники, которые думают о себе больше, чем гражданское общество.

М. ГЕССЕН: А противоположная позиция заключается в том, что если исключить из процесса благотворительности государственный аппарат, это будет эффективнее и дешевле.

Т. САМСОНОВА: Потому что я точно знаю, кому отдать деньги?

М. ГЕССЕН: Конечно. Если этим будут заниматься не государственные чиновники...

О. СЫСУЕВ: И контроль лучше будет.

М. ГЕССЕН: Да. Сначала мы потратим деньги на то, чтобы они собрали эти налоги. Потом мы потратим деньги на то, чтобы они распределили эти налоги. Потом мы потратим деньги на то, чтобы они вообще существовали. И еще на то, чтобы их проверить, тоже неплохо было бы потратить деньги. А тут гораздо более эффективная система. Мы берем организацию, мы один раз тратим деньги на то, чтобы государственные чиновники проверили эту организацию, сертифицировали ее деятельность, потом сказали, вот хорошо, эта организация, вот то, что она делает, не облагается налогом, потому что это эффективнее, чем, если бы это делало государство. Вот собственно в чем заключается простая, довольно наивная логика.

Т. САМСОНОВА: Т.е. просто общество начинает потихоньку брать на себя функции государства…

О. СЫСУЕВ: Функцию общества. Никто ни у кого не должен ничего отбирать вообще.

Т. САМСОНОВА: У меня есть результаты очень интересного исследования, которое проводилось по всей России, опрашивались сотрудники малого и среднего частного бизнеса, которые занимаются благотворительностью. И спросили: для чего Вы это делаете? И

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 69

мотивы распределились следующим образом в зависимости от популярности. Первое, это создание позитивного имиджа компании. Потом идут альтруистические мотивы. И затем идет личное знание проблем людей, нуждающихся в помощи. Интересно, что создание взаимовыгодных отношений с властями является не главным мотивом, как выяснилось.

Если компания начинает заниматься благотворительностью, то все ее видят, как позитивную компанию. И, например, в Бельгии я видела цифры, показывающие, что люди сознательно выбирают ту компанию, которая занимается благотворительностью. Там 78% осведомлены об этой деятельности.

М. ГЕССЕН: Это создает некий репутационный капитал. Т.е. эта логика, по которой компания дает деньги из рекламного бюджета. Например, есть еврейская пословица, что хорошее имя стоит дороже, чем хорошее вино. И эта пословица, которая очень часто употребляется именно в связи с благотворительной деятельностью. Мне кажется, что, во всяком случае, судя по тому, как занимаются благотворительностью российские компании (а они-таки занимаются теперь благотворительностью) – это не то, из чего они исходят. Они исходят из мотива, который связан с другой научной теорией, которая мне лично симпатичнее. Эта теория гласит, что вообще благотворительная деятельность, альтруистическая деятельность человека нацелена на выживание его семьи и его сообщества. Т.е. он помогает в первую очередь родственникам, социально и географически близким людям. И все российские компании, которые занимаются благотворительностью, дают деньги на помощь людям в регионах своего присутствия. Они дают деньги на благотворительность, потому что им свойственно хотеть помогать другим людям.

М. МАЙЕРС: Олег Николаевич, как у Вас обстоят дела с мотивами?

О. СЫСУЕВ: Они, на самом деле, очень разные. И хотел бы отметить, что сейчас увеличение значимости такого мотива, как рост капитализации компании, мне кажется, имеет место. Тем более в условиях, когда многие готовятся или делают уже публичные размещения. Тем более не на отечественных площадках, а на западных площадках. И, конечно, там значимым и обязательным фактором является наличие социальной составляющей в деятельности корпорации, социальные отчеты и т. п. Благотворительность – очень популярный сейчас вид деятельности, это часть социальной ответственности.

Я уже говорил об одном негативном, на мой взгляд, явлении. А в частности о принудительной благотворительности, по приказу сверху. Даже есть пример, скажем, по компании, в которой я работаю. Один из уже бывших представителей президента в одном из округов, на запрос к нему со стороны, по-моему, детского дома помочь в приобретении компьютеров, написал руководителю очень частной компании, ее президенту: «Авену, к исполнению!». Подписал, всё. Вот это является примером мотива, который сейчас, к сожалению, очень распространен.

Т. САМСОНОВА: Я могу даже сказать степень распространенности. Каждая десятая фирма сталкивается с добровольно-принудительной благотворительностью. Это в отчете называется «благотворительным рэкетом». 14% компаний заставляют.

М. МАЙЕРС: Да, даже чаще, чем каждый десятый получается.

О. СЫСУЕВ: Значит, абсолютно точно многие компании (это я знаю, беседовал, когда пытался привлечь их, иногда удачно, иногда нет, к сотрудничеству с нашей программой) говорят, что у меня уже есть отмазка, какая-то программа, и мы не хотиму принимать участия в других. Т.е. на любой запрос еще чем-то помочь они говорят: «Нет, мы занимаемся другой программой. У нас есть и, пожалуйста, больше не приставайте!». Безусловно, многие общаются со своим прошлым, со своим будущим, думают о будущем, общаются с Богом, и хотят что-то ему сказать в определенный час и день. И я думаю, что многие из тех, кто покупал для государства яйца Фаберже, кто реализовывал другие крупные проекты, конечно, думают о том, что надо как-то оправдывать сверхдоходы, полученные в результате определенного экономического периода развития нашего государства, а таких тоже большинство. Но огромное количество людей, которые просто не могут равнодушно слушать по радио, когда происходит несчастье, и требуется, например, кровь сдать. Много людей не могут просто так видеть по телевидению, когда показывают трехлетнюю девочку с диагнозом СПИДа, которая нуждается в лечении. Они добровольно звонят, пытаются найти каналы, чтобы помочь этой девочке. И вот как раз для этих людей надо создать условия, в том числе и при помощи государства, для того, чтобы реализовать этот просто человеческий, душевный порыв.

Полная версия — http://echo.msk.ru/programs/figure/44604/

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 70

ДЕПУТАТЫ ГОСДУМЫ СОТРУДНИЧАЮТ С ОБЩЕСТВЕННОЙ ПАЛАТОЙ ДЛЯ МОДЕРНИЗАЦИИ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В ОБЛАСТИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

Комиссия Общественной палаты по вопросам развития благотворительности, милосердия и волонтерства провела круглый стол на тему «Проблемы совершенствования законодательства в области благотворительности в РФ».

В заседании «круглого стола» приняли участие члены Совета Федерации и депутаты Государственной Думы, члены Общественной палаты РФ, представители Администрации Президента, Правительства РФ, профильных министерств, предпринимательских ассоциаций, а также благотворительных организаций и экспертного сообщества.

Участники обсудили современное состояние и основные направления взаимодействия государства и общества по совершенствованию российского законодательства в области благотворительности.

На рассмотрение собравшихся были представлены предложения комиссии по внесению изменений в закон «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях», в Гражданский и Налоговый кодексы.

Для разработки данных предложений были привлечены эксперты благотворительного сообщества, которые провели анализ действующего законодательства в области благотворительности и сформулированы следующие выводы:

1) Федеральный закон «О некоммерческих организациях» был принят в 1996 году – после принятия Гражданского кодекса РФ и закона «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях», что привело к появлению несоответствий в правоприменительной практике;

2) действующие нормы Налогового кодекса РФ не позволяют оказывать в полной мере благотворительную помощь остро нуждающимся группам населения.

Внесение предлагаемых поправок в данные законодательные акты позволит установить однозначные правила ведения благотворительной деятельности в РФ и стимулировать ее развитие.

По мнению Владимира Потанина, несмотря на утрату традиций, в России благотворительность быстро возрастает, поэтому задача Комиссии Общественной палаты по вопросам развития благотворительности, милосердия и волонтерства состоит в том, чтобы создавать благоприятные условия для развития благотворительности в России.

«Было бы удобнее работать, если бы вся эта деятельность была описана в законодательстве», — сказал Владимир Потанин, добавив, что необходимости в революционных преобразованиях в этой сфере нет. Отвечая на вопросы журналистов о возможных налоговых послаблениях для благотворителей, он отметил, что «из-за прошлых махинаций с благотворительностью» главное «не пережать с требованиями налоговых уступок».

Заместитель председателя Совета Федерации Дмитрий Мезенцев сообщил, что готов взаимодействовать с Комиссией Общественной палаты по благотворительности, чтобы уже осенью в Госдуму можно было бы внести законопроект с предлагаемыми изменениями.

Вернисаж

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 71

Заместитель председателя комитета Госдумы по бюджету и налогам Сергей Штогрин обещал учесть предложения по подоходному налогу осенью во время рассмотрения поправок в Налоговый кодекс, однако новации по отмене налога на прибыль он поставил под сомнение – этот налог поступает в регионы, которым и так несладко.

Еще одной темой, выносимой на обсуждение Комиссией, является инициатива по разработке законодательства для создания и использования «эндаумента». В российском законодательстве термину «эндаумент» могло бы соответствовать понятие «ресурсный капитал» некоммерческих организаций, т.е. капитал, состоящий из совокупности финансовых и иных материальных ценностей, которые переданы учредителями, иными физическими или юридическими лицами в некоммерческую организацию. Доход от их инвестирования используется на осуществление некоммерческих целей. При этом в законодательстве должны быть установлены четкие правила, которые обеспечивали бы сохранность такого капитала и использование его по назначению без обязательного участия учредителей.

Владимир Потанин считает, что ресурсный капитал позволит создать долгосрочную базу для развития благотворительности в России.

По мнению заместителя министра здравоохранения и социального развития РФ Любови Глебовой, в обществе царит предубеждение, что благотворительностью должно заниматься государство. Благотворительность не компенсирует недостатка внимания государства, это самостоятельный и важнейший инструмент наряду с государственным участием, считает Любовь Глебова.

Заместитель министра экономического развития и торговли РФ Андрей Шаронов рассказал о ходе работ над проектом Федерального закона «О внесении изменений в законодательство в связи с регулированием создания, использования и налогообложения ресурсного капитала некоммерческих организаций». По его словам, внесение законопроекта о ресурсном капитале в Правительство запланировано на сентябрь этого года.

В процессе дискуссии и обмена мнениями участники круглого стола выработали следующие рекомендации Правительству РФ и Государственной Думе РФ:

1. Принять к рассмотрению инициативы Общественной палаты РФ по модернизации действующего законодательства в области благотворительности и развитию новых форм взаимодействия благотворительных организаций и государства;

2. Организовать обсуждение предложений Общественной палаты РФ по внесению изменений в закон «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях», в Гражданский и Налоговый кодексы с членами Комитета по делам общественных объединений и религиозных организаций Госдумы, представителями профильных министерств и ведомств.

По материалам круглого стола издана брошюра. В ней представлены основные положения выступлений на круглом столе, о проблемах законодательства, связанных с оказанием помощи социально незащищенным группам населения, о создании условий для формирования и использования ресурсного капитала НКО (эндаумента), совершенствовании механизмов взаимодействия государства, бизнеса и некоммерческого сектора в вопросах благотворительности.

По вопросам приобретения брошюры обращаться по тел.: (495) 221-83-61

ПРОШЛА ДЕВЯТАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ИНИЦИАТИВЫ ЕВРОПЕЙСКОГО ЦЕНТРА ФОНДОВ

БРЮССЕЛЬ. В работе конференции участвовали более 110 представителей грантодающих организаций из Австрии, Великобритании, Бельгии, Болгарии, Бразилии, Германии, Греции, Италии, Канады, Кении, Китая, Латвии, Нидерландов, Польши, Португалии, России, Словакии, США, Украины, Франции, Эстонии и ЮАР. Россию на конференции представляли сотрудники фонда местного сообщества «Первоуральск-21 век», фонда развития города Тюмени, фонда «Саратовская губерния», Общественного фонда Тольятти, ОАО «СУАЛ-Холдинг», CAF Россия.

В числе вопросов, которые обсуждались на конференции: приоритеты и принципы грантовых программ, подходы к их формированию с учетом интересов местных сообществ, стратегические партнерства для раз-

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 72

вития фондов, информационные технологии в деятельности благотворительных организаций, будущее благотворительности в глобальном мире. Российские участники представили опыт развития фондов местных сообществ на пленарном заседании, приняли участие в дискуссиях. В рамках конференции была организована отдельная секция, посвященная практике развития фондов местных сообществ с участием национального российского бизнеса. На конференции российская делегация познакомилась с деятельностью фондов местных сообществ в Европе, наладила контакты для обмена опытом и реализации совместных проектов.

Конференция носила название «Engaging the citizen: community philanthropy's cookbook», что можно перевести на русский примерно как «Вовлечение граждан: поваренная книга местной филантропии». Конференция содержала огромное количество практической информации, полезной всем. Это и компьютеризация процессов рутинной работы фондов местной сообществ, причем с помощью компьютерной программы, способной предоставить единую электронную информационную площадку, как на национальном, так и международном уровне. Это и практические инструменты по маркетингу и оценке деятельности фондов, предоставленные Трансатлантической сетью фондов местных сообществ; и примеры сотрудничества с корпорациями; и опыт фондов, работающих в небольших сообществах, на действительно местном уровне.

Тем не менее, форум такого уровня не мог обойти стороной общеевропейские и глобальные тренды и вызовы, затрагивающие деятельность всех благотворительных организаций. Например, особенно выделялась тема: как совместить все более глобализирующуюся экономику со все более фрагментирующимся обществом. Эта тема особенно актуальна в Европе, где этнические и экономические различия все более усиливаются, несмотря на продолжающуюся интеграцию новых стран в ЕС, причем не только между странами, но и между регионами в одной стране: Восточная и Западная Германии, север и юг Италии и так далее. Какие действия в этой ситуации должны предпринимать благотворительные организации? Какую роль они могут и должны играть? Чем организации из разных стран могут помочь друг другу? Ответы на эти вопросы нельзя найти на одном мероприятии, но важно начать диалог и поиск ответов. С этой целью была проведена встреча представителей поддерживающих и сетевых организаций фондов местных сообществ Европы, на которой были намечены конкретные шаги по созданию общего информационного пространства, обмену опытом и взаимопомощи. На встрече присутствовали представители CAF Россия и Партнерства, и была достигнута договоренность продолжить этот разговор на конференции в Калининграде.

Темы пересечения глобального и локального прослеживались на многих сессиях. Интересно было послушать опыт американского Фонда Силиконовой Долины, который создал совместный именной фонд с компанией Adobe по организации международной благотворительной деятельности компании. Схема прохождения средств и выгоды всех участников были наглядно продемонстрированы представителями донора (самой компании), посредника (Фонда Силиконовой Долины) и получателя (Фонда Темзы — Лондон). Надо отметить, что этот опыт показателен еще и тем, что не только российские, но и транснациональные компании предпочитают централизацию принятия решений по благотворительной деятельности и работу с единым поставщиком услуг вместо делегирования ответственности своим бизнес подразделениям.

Интерес участников также привлек опыт компании «СУАЛ» по развитию фондов местных сообществ на своих территориях. Многие были искренне удивлены тем, что компания может подходить к развитию «своих» сообществ столь комплексно и глубоко, а представители Франции высказали мысль, что в их стране подобная практика влияния на местное сообщество со стороны коммерческой компании вызвала бы неприятие органов власти и даже протесты населения. На последнем пленарном заседании попытку проанализировать глобальные тренды сделали авторы аналитической работы, посвященной будущему американских фондов местных сообществ, Люси Бергхольц и Гэбриел Каспер «Community Foundations: On the Brink of New Promise». Надо сказать, что обзор тенденций, актуальных для США, не совсем соответствовал Европейскому контексту с гораздо более сложными мультикультурными особенностями. По собственному признанию авторов, они готовят похожую работу, ориентированную на Европу, и находятся в достаточно затруднительном положении, пытаясь найти позиции, общие для стран европейского континента.

По материалам Партнерства фондов местных сообществ

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 73

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ — АНОНИМНАЯ ИЛИ ПУБЛИЧНАЯ?

МОСКВА. Каждый человек имеет право решать, рассказывать ли ему о своих добрых делах или нет. В то же время сейчас благотворительность в России нуждается в огласке. При этом благотворительная деятельность компаний, в отличие от благотворительности частных жертвователей, должна быть максимально открытой. К такому выводу пришли участники общественной дискуссии «Благотворительность — анонимная или публичная?», которая прошла в сентябре в рамках клуба «Спектр мнений», инициированного АСИ. В ней приняли участие представители российских и иностранных общественных организаций, компаний, студенты и журналисты.

Участники дискуссии обсудили вопросы: к чему стремится российский благотворитель – к открытости или анонимности, почему не афиширует свою деятельность или, напротив, готов предать ее огласке; какие тенденции наблюдаются в отношении российской благотворительности, что нужно сделать, чтобы изменить общественное мнение и кто может сыграть в этом основную роль.

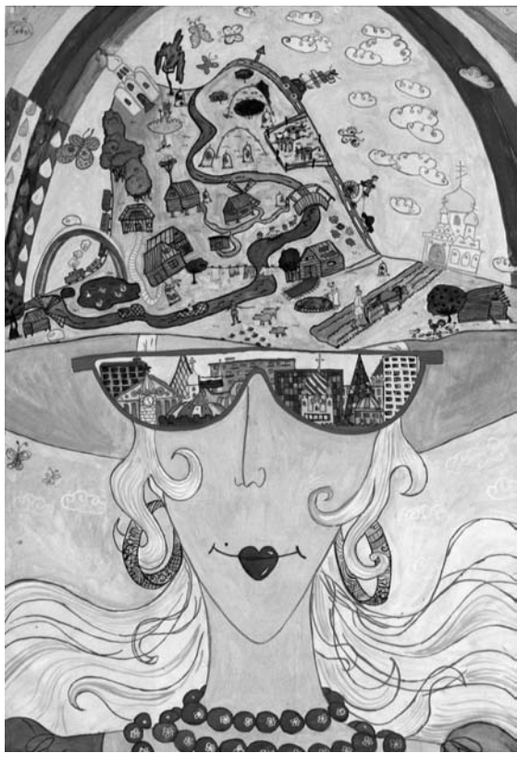
Открыла дискуссию исполнительный секретарь Форума Доноров Наталья Каминарская. «Организованная благотворительность должна быть максимально прозрачной, — подчеркнула она. — Я считаю необходимым предоставлять информацию о работе в области благотворительности как частных фондов, фондов местных сообществ и компаний, так и благотворительных и некоммерческих организаций, которые эту помощь получают», — считает Н. Каминарская. Это единственный способ вернуть доверие общества к благотворительной деятельности в целом и к ее институтам. «Если будет открытая информация о том, каким образом и сколько средств выделено тем или иным фондом или компанией, не будет обвинений в том, что они поддержали только аффилированных с ней лиц и организации. Тогда у государства не будет возможности затыкать дыры и исправлять ошибки за счет благотворительных средств бизнеса. И самое главное – те, кто сегодня занимаются благотворительностью, но не говорят об этом, или те, кто хотел бы этим заниматься, но не верит в это, — смогут также присоединиться к этой работе, видя опыт других».

Эту точку зрения поддержала и директор Благотворительного фонда «Детские сердца» Екатерина Бермант. «Я недавно говорила с президентом одной крупнейшей российской компании. Он три года, обладая нечеловеческими деньгами, думал о том, что сделать, — сказала она. — Потому что нет никакой информации, отчетов, историй о том, как люди его ранга тратят деньги на благотворительность». Если бы благотворительность освещалась широко, добрых дел было бы больше, считает Е. Бермант.

Держать свою благотворительную деятельность в секрете или открыто рассказывать о ней — это зависит от того, на что компания выделяет деньги, считают участники дискуссии. Если компании охотно рассказывают о том, что помогли детскому дому или пожилым, то о благотворительных проектах по ВИЧ/СПИДу, например, они практически не говорят.

«Эта тема вызывает неоднозначную реакцию, — говорит специалист по развитию и связям с общественностью общественной организации «Трансатлантические партнеры против СПИДа» Валерия Соколова. — Руководители компаний хотят, чтобы этой проблемы не было, в частности, в их организации, но не желают открыто признавать, что выделяют на ее решение средства. И пока компании испытывают сомнения в отношении таких вопросов, будет

Вернисаж



bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 74

сложно вообще говорить о какой-то публичности».

Руководитель юридической службы Российского благотворительного фонда «Нет алкоголизму и наркомании» Нодар Хананшвили также считает, что благотворители не стремятся афишировать свою деятельность еще и потому, что опасаются, что как только они выделят средства на благотворительный проект, денег от них начнут требовать и криминальные структуры, и СМИ, и государство. Открыты в основном только очень крупные компании, не боящиеся подобных неправомерных «наездов», а также те, кто осознает, что, помимо экономических, возможны еще и социальные инвестиции, считает Н. Хананашвили.

«Некоммерческому сектору нужно создавать собственные мифы, — считает директор социальных проектов АНО «Интерньюс» Надежда Хворова. — Нужно собирать потрясающие истории благотворителей и об их мотивах, потому что в отличие от распространенного мнения о том, что люди отдают деньги на благотворительность, чтобы замолить свои грехи, на самом деле многими движут другие мотивы — сделать для общества что-то доброе и хорошее».

По материалам АСИ

ИМИДЖ – ДЕЛО ДОБРОВОЛЬНОЕ

В продолжение работы по тематике корпоративной ответственности Ассоциация Менеджеров выпустила новую брошюру «Оценка влияния программ корпоративной социальной ответственности на имидж компании». Работа подготовлена на основе исследования АМ, проведенного методом неформализованных интервью с представителями крупнейших российских и международных компаний, отвечающих за практическую реализацию программ КСО.

В России до сих пор существуют довольно противоречивые взгляды на проблему корпоративной социальной ответственности, понимание ее не всегда однозначно. Согласно определению Ассоциации Менеджеров, КСО – это философия поведения и концепция выстраивания деловым сообществом, компаниями и отдельными представителями бизнеса своей деятельности с акцентом на такие ориентиры, как качество (продукции и услуг), отношение к своему персоналу, законность, добросовестность, эффективность деятельности, соблюдение этических и экологических норм и вклад в формирование гражданского общества.

По результатам исследований, проведенных Ассоциацией Менеджеров, общество во многом воспринимает программы КСО как должное, не осознавая, что они не являются обязательными для бизнеса. Другая крайность состоит в том, что программы КСО воспринимаются как нечто добровольное и филантропическое.

Однако в качестве инструмента воздействия на имидж программы КСО компаниями рассматриваются достаточно редко. В то время как затраты на них можно представить как долгосрочные вложения, направленные на создание благоприятной внешней среды функционирования компании.

Брошюра является первой попыткой в России рассмотреть программы КСО как инструмент формирования имиджа компании среди ключевых групп влияния и выработать алгоритм оценки этого влияния. В приложении к брошюре приведены реальные примеры различных социальных программ ведущих корпораций,

в их числе Филип Моррис Интернэшнл, СУАЛ-Холдинг, ХК Интеррос, Архангельский ЦБК и др.

Получить брошюру «Оценка влияния программ корпоративной социальной ответственности на имидж компании» можно в пресс-службе Ассоциации Менеджеров.

Брошюра подготовлена при поддержке компании «Филип Моррис Интернэшнл».

По информации Ассоциации Менеджеров

Ассоциация Менеджеров (www.amr.ru) – независимая общественная организация, деятельность которой направлена на всестороннее содействие переходу российского делового сообщества к международным стандартам и этическим нормам ведения бизнеса, интеграции России в мировое экономическое пространство, налаживанию конструктивного диалога между властью и бизнесом, формированию позитивного отношения к отечественному бизнесу в обществе и за рубежом. На сегодняшний день членами Ассоциации Менеджеров являются более 1000 руководителей компаний из 52 регионов России.

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 75

В ТАТАРСТАНЕ ОБСУДИЛИ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОГО БИЗНЕСА

Конференцию «Социально ответственный бизнес и благотворительность в современной России», которая состоялась в Казани, организовали Центр гражданских инициатив (Сан-Франциско), Агентство по развитию предпринимательства РТ, Торгово-промышленная палата РТ и благотворительная организация «Золотое сердце». Приветствуя участников конференции, первый заместитель Премьер-министра РТ Равиль Муратов отметил, что в последние годы высокий уровень развития культуры и духовности представителей татарстанского бизнеса становится все заметнее, и подчеркнул, что движущей силой благотворительности должно быть искреннее стремление помочь нуждающимся в поддержке.

Генеральный директор Агентства по развитию предпринимательства РТ Гульнара Сергеева, высказала, мнение о том, что для популяризации благотворительности в обществе необходимо совершенствование законодательства как на федеральном, так и на региональном уровне, а также широкое освещение благотворительных мероприятий в СМИ республики.

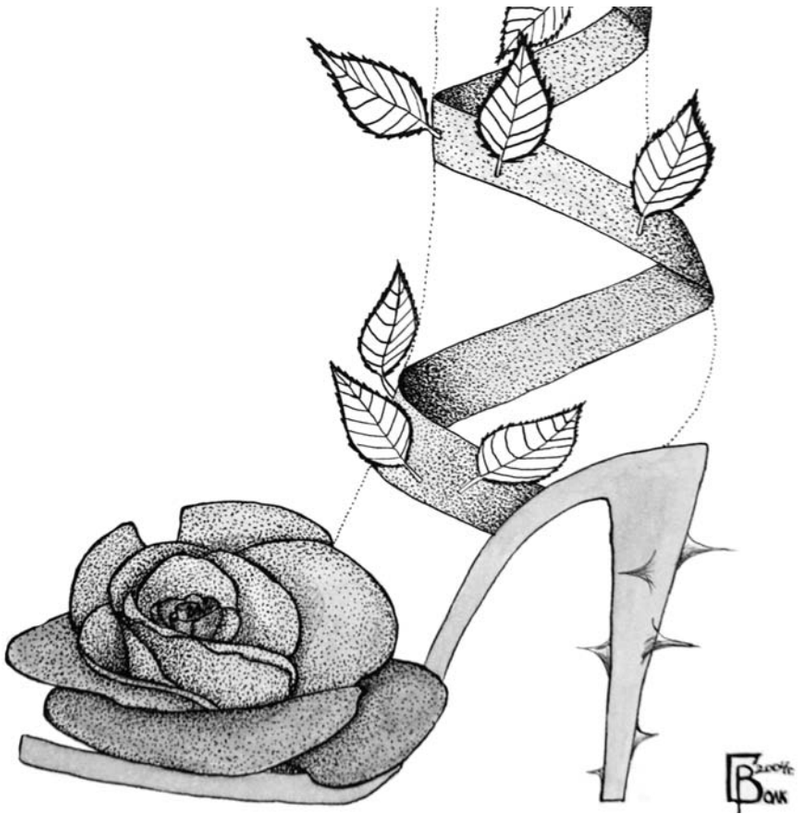
По словам г-жи Сергеевой, Агентство по развитию предпринимательства РТ готово взять на себя роль связующего звена между благотворителями и нуждающимися в помощи некоммерческими и социальными организациями и объектами культуры Республики Татарстан (их перечень уже размещен на сайте Агентства).

Участвовавший в конференции исполнительный директор Всероссийского фестиваля добрых дел Константин Иванов (Москва) также высказал мнение о необходимости совершенствования законодательства, поскольку, по его словам, в настоящее время любое, даже безвозмездное размещение в СМИ информации о благотворительной деятельности компании или предпринимателя может быть признано рекламой согласно закону РФ о рекламе.

Идею, вызвавшую живой отклик у всех присутствующих, высказал директор Центра развития предпринимательства Валерий Пичугин. «Мы хотим добиться того, чтобы в Казани ни один ребенок не оставался сиротой. Поэтому есть предложение: организовать поселок на окраине города, в котором проживали бы оставшиеся без родителей дети и согласившиеся принять их приемные семьи. При этом жизнедеятельность поселка будет финансироваться за счет созданной вокруг него инфраструктуры предприятий дорожного сервиса».

Президент Центра гражданских инициатив (Сан-Франциско) Шерон Теннисон предложила оказать содействие в развитии благотворительности в Татарстане, а также продолжить обмен опытом. «С 1983 г., когда я начала собирать пожертвования, не имея никакого опыта, мне удалось привлечь на развитие программ Центра и благотворительную деятельность около $60 млн. Я рада предложить свою помощь и уверена, что в Татарстане, где благотворительность и меценатство имеют давние корни, пред-

Вернисаж



bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 76

ставители социально ответственного бизнеса добьются больших успехов».

Кстати, среди присутствующих в зале были предприниматели, прошедшие стажировку в США по Программе эффективного производства Центра гражданских инициатив (всего их в Татарстане 160). Равиль Муратов вручил Ш. Теннисон медаль «В память 1000-летия Казани».

В завершение конференции была принята резолюция, согласно которой участники считают необходимым рекомендовать Агентству по развитию предпринимательства совместно с ТПП РТ и Общественной палатой РТ публиковать в СМИ периодически обновляемый банк данных учреждений социальной сферы, нуждающихся в помощи; рекомендовать Правительству РТ совместно с Агентством по развитию предпринимательства РТ и ТПП РТ выступить перед Правительством РФ с инициативой расширить спектр экономических преференций и использовать меры морального поощрения для участников благотворительной деятельности, а также обратиться к Правительству РТ с предложением разработать систему поощрения благотворительной деятельности в республике.

О СПОНСОРСТВЕ, БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ И КСО

Издательский дом «Комсомольская правда» 4 октября провел круглый стол на тему «Социальная ответственность российского бизнеса: от спонтанной благотворительности к социальному движению».

В работе круглого стола приняли участие представители отдела социальных программ и развития социальных инициатив молодежи Минобрнауки РФ, ЮНИСЕФ, центра «Социальное партнерство», крупных российских компаний, общественные деятели.

«Комсомольская правда» провела опрос на сайте газеты. В нем приняли участие 3300 человек – читатели сайта и пользователи сети Интернет.

На вопрос «Должен ли крупный бизнес принять на себя решение социальных проблем?» большинство опрошенных ответили, что бизнесу необходимо участвовать в государственных социальных программах и развивать собственные. Наименьшее количество участников считают, что российский бизнес должен заниматься спонсорством и благотворительностью.

Должно ли государство регулировать социальную ответственность и отчетность бизнеса? Да — ответили 64 % опрошенных. Нет — 35 %.

Нужно ли предоставлять социально ответственным компаниям налоговые льготы? Да — 69 %, нет — 31 %.

Можете ли вы назвать социально ответственной ту компанию, в которой трудитесь сами? Большинство читателей ответило — нет, не можем. На втором месте ответ — да, но только в отношении собственных служащих. Об этом не задумываются 16 % опрошенных.

Кто должен контролировать социальную деятельность бизнеса? Никто, это частное дело владельцев бизнеса — 36 %. Государство должно контролировать — 45 %. Некоммерческие общественные организации — 18 %.

Полный текст: http://www.kp.ru/ /daily/23783/58142/

Вернисаж

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 77

Вернисаж

Журнал «Бизнес и общество» и Клуб корпоративных филантропов проведут ряд круглых столов

В начале декабря в партнерстве с Фондом «Институтом социальной и гендерной политики» состоится круглый стол **«Благотворительность: мифы и реальность»**. На встрече Вы сможете с результатами экспертного опроса по благотворительности и ее месте в политике КСО, проведенного журналом «Бизнес и общество», и исследования по развитию благотворительности в городах Подмосковья (Фонд «Институт социальной и гендерной политики»).

Для обсуждения на круглом столе будут предложены вопросы: чем отличается корпоративная от частной филантропии, почему в России распространена «серая благотворительность», почему в России так мало благотворителей и они так неохотно сотрудничают с НКО, поможет ли улучшению ситуации с благотворительностью эндаументы?

В середине декабря в партнерстве с РРЭЦ пройдет круглый стол **«Корпоративная экологическая ответственность: европейский и российский опыт»**. На круглом столе вы познакомитесь с требованиями в области экологии, которые предъявляют к компаниям в Европе, а также представители российского и европейского бизнеса, некоммерческих организаций и эксперты расскажут о российском законодательстве в области экологии и опыте корпоративной экологической ответственности.

В конце декабря планируется проведение круглого стола **«Интернет и Интранет как инструмент продвижения КСО»**. В центре обсуждения станут современные технологии продвижения КСО через внутренние и внешние электронные корпоративные ресурсы, лучший опыт в данной области, «подводные камни», с которыми сталкиваются компании на этом пути.

На круглых столах предполагается участие представителей бизнеса, власти, профильных некоммерческих и общественных организаций, СМИ, экспертов.

Результаты встреч будут опубликованы в журнале «Бизнес и общество», размещены на сайтах журнала и наших партнеров, разосланы в СМИ.

Приглашаем компании стать партнерами проведения наших встреч. Более подробную информацию можно узнать по телефону 8(499) 972-18-06 или по электронному адресу magazine@friendnet.ru

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 78

НАЦИОНАЛЬНЫЙ РЕГИСТР КОРПОРАТИВНЫХ НЕФИНАНСОВЫХ ОТЧЕТОВ

В соответствии с решением Правления РСПП от 21 июня 2006 г. Российский союз промышленников и предпринимателей формирует Национальный Регистр корпоративных нефинансовых отчетов. Регистр ведется в целях:

- создания единой информационной базы данных о корпоративных нефинансовых отчетах, доступной для заинтересованных сторон;
- систематизации, обобщения и распространения опыта нефинансовой отчетности;
- содействия повышению информационной открытости деятельности компаний, развитию добровольной нефинансовой отчетности;
- организации информационной поддержки социально ответственным действиям делового сообщества.

Положением о Национальном Регистре предусмотрены источники информации для формирования Регистра, которыми являются:

- сведения об имеющихся нефинансовых отчетах, предоставляемые организациями в Российский союз промышленников и предпринимателей;
- сведения, полученные из открытых источников, — публикации отчетов на корпоративных Интернет-сайтах и печатные издания отчетов на бумажных носителях.

Внесению в Регистр подлежат все типы нефинансовых отчетов, выпущенных отдельными изданиями в электронном или печатном виде, включая социальные, экологические, отчеты в области устойчивого развития.

Регистр включает ведение реестра отчетов, создание библиотеки нефинансовых отчетов, а также размещение на сайте РСПП перечня компаний, чьи отчеты внесены в Регистр, в группировке по их отраслевой принадлежности.

РСПП предлагает заинтересованным компаниям направлять сведения об имеющихся у них нефинансовых отчетах для внесения в Регистр, а также направлять отчеты на электронных и бумажных носителях в Департамент социальной политики и трудовых отношений РСПП для пополнения библиотеки.

Начало создания Национального Регистра корпоративных нефинансовых отчетов – август 2006 года.

Внимание! Обновление информации на сайте РСПП о компаниях, отчеты которых включены в Регистр, будет производиться по состоянию на начало каждого квартала года.

Для посетителей Интернет-сайта РСПП доступ в электронную библиотеку нефинансовых отчетов будет открыт в октябре 2006 г.

По состоянию на 1 сентября 2006 г. в Регистр внесены нефинансовые отчеты 27 компаний, зарегистрированы 54 отчета, которые выпущены в период, начиная с 2000 г. В их числе: экологические отчеты (ЭО) — 18, социальные отчеты (СО) - 28, отчеты в области устойчивого развития (ОУР) - 8.

E-mail: dsp@rspp.net
тел.: (495) 748 41 58
факс: (495) 606 14 34
http://www.rspp.ru

Распределение отчетов по отраслевой принадлежности компаний

Отраслевая принадлежность компаний	Число компаний	Количество отчетов			
		ОУР	СО	ЭО	Всего
Нефтегазовая	9	7	6	6	19
Электроэнергетика	3	1	1	5	7
Металлургическая и горнодобывающая	4		5		5
Химическая, нефтехимическая, парфюмерная	1		1		1
Деревообрабатывающая, целлюлозно-бумажная	4		3	7	10
Производство пищевых продуктов	2		4		4
Финансы и страхование	2		6		6
Жилищно-коммунальное хозяйство	2		2		2
ВСЕГО	27	8	28	18	54

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 79

Бизнес & общество
BUSINESS & SOCIETY
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

Пожалуйста, заполните заявку печатными буквами:

Название компании

Месяц начала подписки

Ф.И.О.

Должность

Юридический адрес компании

Банковские реквизиты

Адрес доставки журнала

Почтовый индекс

Телефон

Факс

Контактное лицо

Координаты контактного лица

Дата

Подпись

Совместный путь к успеху

Статус подписчика	Кол-во №№	Стоимость (руб.)	✓
Коммерческая организация	1	870-00	
	3	2610-00	
	6	5220-00	
Некоммерческая организация	1	450-00	
	3	1350-00	
	6	2700-00	
Физическое лицо	1	300-00	
	3	900-00	
	6	1800-00	
Благотворительная подписка	1	1900-00	
	3	5700-00	
	6	11400-00	

Цены указаны без учета НДС – 10%
Периодичность выхода журнала - 1 раз в 2 месяца

Ваши пожелания и рекомендации:

Заполненную заявку вышлете в редакцию:

по факсу: +7 499 972 1806;
по электронной почте: bioclub@bk.ru
magazine@friendnet.ru

Координаты для получения дополнительной информации:

+7 499 973 1528;
+7 926 111 7833

bio_35_035.qxd 08.11.2006 15:35 Page 80

Page 3. MAIN THEME

The theme of this issue is «The Russian Charity: Myths and Realities». The magazine's editorial addresses this important question not for the first time. More than 25 leading experts took part in the traditional survey. They expressed their opinions on such questions like charity effectiveness, role of charity activities in CSR, differences between corporate and individual philanthropy, business low level of trust to the NGOs' community, attitudes to the coming law on endowments, etc.

The main theme also includes Maria Chertok's, Director of the Moscow CAF's office article «Developing the Private Philanthropy as the Stability Factor for the NGO Sector».

Page 42. OPINION

Tatyana Tulchinskaya, Director of the charity foundation «Here and Now», which helps the orphans narrates about «Seven Myths about Charity». Russian charity activities are surrounded with multifarious myths, which hinder the actors in this sector a lot, because they challenge the honesty, importance and effectiveness of this work. These myths can be not only stupid and absurd, but also very dangerous. Quite often somebody's life depends on the charity.

Page 45. RESEARCH

«Companies Cut Down «Serious» Relationships with System of Education» — this is the main conclusion of the 4-th survey, conducted by State University – Higher School of Economics together with State Statistics Committee and two leading Russian sociological FOM and Levada centers. Monitoring was based on the combination of sociological and statistical research in an effort to model the processes, which slip away of the official statistics.

Page 47. TECNOLOGIES OF PARTNERSHIP

The article «Corporate Social Responsibility as an Integral Part of the NovoNordisk Company's Strategy», prepared by Russian office's staff members Oksana Bereznjak and Jana Kotukhova, exposes the secrets of tremendous success of one of the world leading pharmaceutical companies.

Page 52. INTERNATIONAL EXPERIENCE

Executive director of the Moscow IBLF filial — Russia Partnership for Responsible Business Practices, — Brook Horovitz covers the theme of social partnership between state and business as a vehicle to form new level of their relationship. The author reveals new effective mechanisms of state assistance to increase companies' social responsibility.

The heading includes also an article about the activities of the England and Wales Charity Commission.

Page 63. MEDIA ABOUT SOCIAL RESPONSIBILITY

This new heading opens by the article from the Internet newspaper «Vzgljad» about the leading American philanthropist Warren Buffet «Buffet's Donation will Become the World Largest Mercy Contribution». Warren Buffet intends to transfer his 37 bln USD to Bill and Mellinda Gates' charity foundation.

Next comes Peter Finn's article «Careful Generosity of the Russian Rich» from «The Washington Post», USA and some abstract from the program «Tricky Figure», devoted to charity activities at «Moscow Echo» radio.

Page70. SEMINARS, CONFERENCES, BOOKS

Traditionally this heading includes information and materials from the Public Chamber, Community Foundations, «Komsomoljskaya pravda» newspaper, Association of Russian Managers, etc.

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 ТОРГОВЛИ 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

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 ЕВРОПЕЙСКГО 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

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

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 НОВОСТЕЙ

ГАЗЕТА

ДЕНЬГИ

ИЗВЕСТИЯ

КОММЕРСАНТ

КОМПАНИЯ

МИА-2001 ИНФРМАЦИОННОЕ АГЕНСТВО

МОСКОВСКИЕ НОВОСТИ

НОВЫЕ ИЗВЕСТИЯ

ПРОФИЛЬ

РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ

ЭКСПЕРТ

ЭХО МОСКВЫ

Коммерческие организации