Бизнес & общество
БИЗНЕС И ОБЩЕСТВО
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ
№ 90-93 • 2016

3 / Компании – старшему поколению. Вдохновляющие практики

47 / Владимир Смирнов: «Помогать людям и своей стране – это счастье, серьезная миссия и необходимость»

55 / Какая трансформация КСО нужна России в условиях кризиса?

70 / Как оценить социальные результаты благотворительных программ компаний

Арсений Леонидович Шульц
«Перед театром».
Бумага, тушь. 1930-1931

Арсений Леонидович Шульц
«Пасьянс».
Бумага, тушь. 1930-1931

Уважаемые меценаты!

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

КСО в новой экономической реальности

При советской власти понятия благотворительности не существовало, государство декларировало, что само позаботится о нуждающихся. Сегодня российская власть официально позволяет бизнесу и фондам развивать социальную ответственность, включая филантропию.

Однако сознание общества в России по многолетней привычке устроено патерналистски: государство отвечает за все. И помощь бизнеса в этой ситуации воспринимается как исправление не сделанного государством. Поэтому власти сложно выстраивать границы допустимого для коммерческого сектора, ведь передача ответственности влечет признание, что он справляется с социальной функцией лучше. Это порождает ревностное отношение, а в итоге – противостояние. Но времена меняются, доказывают свою эффективность новые общественные явления. «К середине следующего десятилетия мир очевидно будет совершенно другим. Не замечать, игнорировать происходящие процессы, значит оказаться на обочине развития. А чтобы быть лидерами, нужно самим формировать эти изменения», - отметил Владимир Путин на последнем Петербургском экономическом форуме.

Такие высокие трибуны с участием первых лиц государства всегда задают определенные тренды, посылы, направления движения. Не первый год замечаю, что на подобных крупных деловых мероприятиях обсуждение корпоративной социальной ответственности происходит где-то на задворках. Речь на них идет в основном о собственном опыте компаний в устойчивом развитии и КСО. Само по себе это хорошо. Только хочется, чтобы и с высоких трибун пленарных заседаний не только представители компаний и гражданского общества, но и чиновники разного уровня рассказывали о своем опыте партнерства в реализации социальных проектов. Вопреки общественным стереотипам это будет демонстрировать населению: «мы вместе с НКО и бизнесом сделали это». Тогда про КСО можно будет с уверенностью сказать, что это – эффективная управленческая практика, необходимая не только для сохранения устойчивости бизнеса и некоммерческих организаций, но и для развития гармоничного, благополучного, процветающего общества.

СОДЕРЖАНИЕ

ОТ РЕДАКТОРА

ТЕМА НОМЕРА

3 Повышение качества и уровня жизни пожилых людей.
Вдохновляющие корпоративные практики
Экспертный опрос

25 Как лучше помочь людям «серебряного возраста»

26 Помощь пожилым – проблемы и возможности

28 Помощь пожилым: «колоссальные дивиденды при минимальных вкладах»

33 КОРОТКОЙ СТРОКОЙ

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

47 **Владимир Смирнов:** «Помогать людям и своей стране – это счастье, серьезная миссия и необходимость»

ТЕХНОЛОГИИ ПАРТНЕРСТВА

50 Бизнес и НКО – правильное партнерство
Как выстраивать диалог между фондом и компанией

МНЕНИЕ

55 Какая трансформация КСО нужна России в условиях кризиса?

ПОЛЕМИКА

60 Законодательное закрепление социальной ответственности агробизнеса – шаг к деревне будущего

АРХИВЫ ФИЛАНТРОПА

62 Доброе дело в отечестве нашем

СЕМИНАРЫ, КОНФЕРЕНЦИИ, КНИГИ

65 L'Oreal Россия провела 7-ой День Социальной Ответственности

66 Объявлены лауреаты V ежегодной Премии «Импульс добра»

68 Французские и российские компании обсудили социальную ответственность бизнеса в Москве

69 Вышел каталог «Социальное предпринимательство России – 2016»

70 Как оценить социальные результаты благотворительных программ компаний

71 «Нестле» продолжает развивать концепцию КСО «Создание общих ценностей»

73 Социальный маркетинг – инструмент созидания будущего

74 Обсуждение успешных практик и взаимодействий как метод пропаганды социального предпринимательства

76 «Секретов нет. Есть учеба, система, дисциплина и практика»

ИЛЛЮСТРАЦИИ НА ОБЛОЖКЕ

1-я стр.:
Константин Константинович Чеботарев
«Царские Ваньки-Маньки». Из цикла иллюстраций к книге Б. Шергина «Золоченые лбы».
Бумага, масло. 1935 г.
4-я стр.:
Екатерина Михайловна Белякова
«Сбор урожая». Бумага, темпера. Ок. 1920 г.

Бизнес & Общество
БИЗНЕС И ОБЩЕСТВО
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

№ 90-93 / 2016

Информационно-аналитический журнал
Учредитель и главный редактор
Татьяна Бачинская

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

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

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

Редакция благодарит за помощь в подготовке номера: Юрия Толкачева, Марию Аксенову, Светлану Подлепецкую, Галину Беспалову, Дарью Волчкову, Марию Костюк.

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

Тираж: 300 экземпляров (дополнительно по заявкам).
Часть тиража распространяется бесплатно.
Типография 3С Принт, ул. Касаткина, д.3.
Дата выхода номера 15 июля 2016 г.

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

Повышение качества и уровня жизни пожилых людей. Вдохновляющие корпоративные практики

Экспертный опрос

Марина Белова, начальник ОСО, АО «Благовещенский арматурный завод»

Владимир Букреев, генеральный директор и основатель сети пансионатов для пожилых людей «МИРРА»

Дарья Буянова, директор благотворительного фонда «Добрый город Петербург»

Александр Бычков, президент, генеральный директор ОАО «ИК РУСС-ИНВЕСТ»

Занимается ли ваша организация помощью пожилым?

Марина Белова: Благовещенский арматурный завод организует чествование ветеранов 9 мая, проводит День пожилого человека, помогает пенсионерам через конкурс социальных и благотворительных проектов «ОМК-Партнерство».

Владимир Букреев: Национальная сеть «МИРРА» помогает пожилым людям обрести достойное качество жизни под круглосуточным профессиональным присмотром в пансионатах от Калининграда до Иркутска.

Дарья Буянова: В фонде «Добрый город Петербург» реализуют проекты разных направлений: досуг, здоровый образ жизни, обучение, предпринимательство, инфраструктурные проекты. Все программы осуществляются в рамках грантового конкурса «Активное поколение» проекта «Город для всех возрастов» в Красносельском районе Санкт-Петербурга.

Александр Бычков: В конце 2015 г. сотрудники «ИК РУСС-ИНВЕСТ» поддержали инициативу благотворительного фонда «Старость в радость» и передали для одиноких пожилых людей подарки к Новому году.

Альфия Валиева: С 2008 г. под патронажем БФ «АК БАРС СОЗИДАНИЕ» находится Арский дом-интернат для престарелых и инвалидов Республики Татарстан, где проживают 50 бабушек и дедушек. Для них ежегодно приобретаем медицинское оборудование, бытовую и сельскохозяйственную технику, средства гигиены и организуем группы здоровья для лиц с ограниченными возможностями, а также обучаем компьютерной грамотности.

Ольга Глухова: Фонд «София» помогает и домам престарелых, и пожилым людям на дому: помощь волонтеров, организация досуга пожилых людей, покупка товаров.

Галина Григорьева: Можно выделить три компонента этой работы: поддержка ветеранов нашего завода в Самаре, специальные мероприятия, организованные волонтерами завода для пожилых людей в сообществе, а также программная работа в партнерстве с некоммерческими организациями. Для ветеранов предприятия работает заводской благотворительный фонд. Он оказывает материальную поддержку бывшим сотрудникам и также проводит для них различные мероприятия. В 2015 г. в Самаре стартовала программа «Театральный маршрут», финансируемая Фондом Алкоа, в которой ключевой адресной группой являются пожилые люди. Программа ставит целью повысить доступность искусства для социально уязвимых людей.

Альфия Валиева, директор благотворительного фонда «АК БАРС СОЗИДАНИЕ»

Ольга Глухова, президент межрегионального благотворительного общественного фонда «София»

Галина Григорьева, координатор программ Фонда Алкоа в России

Юлия Данилова, главный редактор портала «Милосердие.ру»

Юлия Данилова: Православная служба помощи «Милосердие» оказывает помощь старикам – у нас есть богадельня (дом престарелых) на 16 человек (из них – 4 мужчин и 12 бабушек: двое могут передвигаться с ходунками, один ходит самостоятельно, остальные лежачие). Наши волонтеры и сестры милосердия помогают одиноким старикам на дому и в больницах. У нас действует программа «Сиделки», в рамках которой мы привлекаем средства на уход за нашими пожилыми тяжелобольными подопечными. Также мы организовывали помощь старикам на селе с дровами – акция «Подари дрова» в Смоленской (2012 г.), Ивановской (2013 г.) и Свердловской (2015 г.) областях.

Игорь Доненко: Есть клуб для престарелых, в котором развивается волонтерство.

Наталия Зверева: Фонд оказал финансовую, консультационную и информационную поддержку 4 проектам в сфере гериатрии:

- Сеть социальных гериатрических центров центр «ОПЕКА» (7 центров в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, 8-й центр создается в Москве – открытие в 2016 г.).
- Система экстренной помощи пожилым людям «Забота» (Санкт-Петербург). В основу проекта положена технология «тревожной кнопки», позволяющая пожилому человеку отправить SOS-сигнал в круглосуточный диспетчерский центр, где на линии постоянно дежурят врачи.
- Пансионат для проживания пожилых людей «Березово» (Кемеровская область). Пансионат предоставляет возможность временного и постоянного пребывания пожилых людей в комфортных и безопасных условиях, с качественным медицинским уходом.
- Пансионат для пожилых людей «Варежкино» (Калининградская область).

Елена Киянова: Наши усилия в области благотворительности сосредоточены в нескольких направлениях:

- доступ к получению образования;
- предоставление экономических возможностей для улучшения качества жизни пожилых и людей с ограниченными возможностями;
- помощь при ликвидации последствий стихийных бедствий и обеспечение готовности к ним.

Несколько лет назад компания не только в России, но и на глобальном уровне начала реализацию нового стратегического подхода, ориентированного на долгосрочные проекты, на то, чтобы предоставлять людям возможность получать новые навыки и применять их для улучшения качества своей жизни.

Мы реализуем программы, направленные на социальную реабилитацию и адаптацию людей пожилого возраста в современных экономических условиях.

Дмитрий Кольчугин: АФК «Система» в рамках своей социальной политики традиционно уделяла внимание поддержке ветеранов корпорации, а в 2015 г. расширила эту деятельность, заключив соглашение о сотрудничестве с Московским городским советом ветеранов войны, труда, Вооруженных Сил и правоохранительных органов и мэрией Москвы. Ключевыми направлениями социальной поддержки ветеранов стали волонтерская помощь и предоставление медицинских услуг участникам Великой Отечественной войны и трудового фронта на базе сети клиник МЕДСИ. Помимо бесплатного медицинского обслуживания прикрепленных к нашим московским клиникам ветеранов, специально для данной категории граждан была разработана двухнедельная программа санаторно-курортной реабилитации в санатории Медси Отрадное, где уже отдохнули и поправили здоровье порядка 300 фронтовиков из Москвы, Подмосковья и Республики Карелия.

Татьяна Константинова: Наша целевая аудитория – слепоглухие люди, среди которых, согласно проведенной нами переписи, пожилые составляют больше 60 % от числа всех слепоглухих людей в России. Таким образом, некоторые из наших проектов напрямую направлены на организацию помощи пожилым людям. Вот некоторые из них:

- организация обучающих курсов по компьютерной грамотности и шрифту Брайля с последующей покупкой для курсантов специальной техники;
- поддержка керамической и свечной мастерских, где трудятся и получают социокультурную реабилитацию слепоглухие, в т.ч. и пожилые люди. Компании могут поддержать этот проект, заказав в мастерских корпоративные подарки к Новому году и к другим праздникам. Так, за прошедшие годы наш проект поддержали: Северсталь, Объединенные профсоюзы, ВЦИОМ, Исток-аудио;

Игорь Доненко,
директор по развитию ассоциации СВОД

Наталия Зверева,
директор фонда региональных социальных программ «Наше будущее»

Елена Киянова,
управляющий по взаимодействию с общественными организациями ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг»

Дмитрий Кольчугин,
руководитель по внешним коммуникациям ОАО АФК «Система»

- организация и поддержка досуговых центров для слепоглухих в регионах (больше 20 центров). Основная масса участников – пожилые люди;
- организация и финансирование курсов тифлосурдопереводчиков и профессиональных сопровождающих, а также специальной службы сопровождения для слепоглухих людей, которые, как я уже упоминала выше, в основном – пожилые люди;
- начата работа с ПНИ по улучшению условий пребывания там людей.

Оксана Костив: Наша компания совместно с брендом «АрАрАт» сотрудничает с фондом «Артист», учрежденным с целью оказания материальной помощи и моральной поддержки актерам старшего поколения. В 2015 г. был организован лимитированный выпуск коньяка АрАрАт «Ахтамар» – «Артист»; отчисления с каждой проданной бутылки переводятся в фонд.

Оксана Критикова: Группа «Т Плюс» – российская частная компания, работающая в сфере электроэнергетики и теплоснабжения. Мы реализуем следующие программы поддержки ветеранов:

1. «Энергия Победы»: поздравления ветеранов ВОВ и тружеников тыла в День Победы и День энергетика: сбор средств и вещей для домов престарелых и пансионатов для инвалидов; покупка лекарств и санитарно-гигиенических средств; вручение подарков; выезд к памятникам и Вечному огню с возложением цветов; праздничные митинги, собрания, концерты, организованные силами сотрудников, работа полевых кухонь и вечера для ветеранов; акции «Посади дерево Победы» в мемориальных скверах.

2. Мультимедийный проект «Голоса победы»: накануне Дня Победы сотрудники и их дети исполнили свое любимое произведение, посвященное ВОВ. Получено 209 любительских видеозаписей, которые вошли в фильм «Голоса победы», посвященный воспоминаниям ветеранов-энергетиков, фронтовиков и тружеников тыла.

3. «Доброе лето»: благотворительный аукцион, впервые проведен в 2015 г. 11 аукционных лотов принесли около 1,1 млн руб., на которые куплены подарки для 32 ветеранов-энергетиков из 14 регионов – самыми желанными подарками оказались медицинская техника и лекарства.

4. Музей Пензенского филиала, созданный более 25 лет назад. Основные посетители – студенты, школьники, ветераны отрасли и сотрудники ТЭЦ. В двух залах собрано более 2 тыс. экспонатов: фрагмент паропровода, вывезенного в декабре 1942 г. из блокадного Ленинграда, фирменные таблички с турбины и турбогенератора, поставленных из Англии по ленд-лизу в 1944 г., уникальная ручная телефонная станция 1940-х гг. Больше всего посетителей привлекает выставка «Энергия победы» и стенды, посвященные уличному освещению Пензы.

5. Выпуск книги «На энергетическом фронте» – изучение архивных документов времен ВОВ; интервьюирование тружеников тыла, работавших на Самарской (Куйбышевской) ГРЭС и Безымянской ТЭЦ.

6. Совместный с порталом «Другой город» проект по размещению интервью энергетиков, работавших во время войны.

7. Установка макетов зенитного орудия и сбитого немецкого самолета, сделанных руками сотрудников компании.

8. Участие в выставке Самарского литературного музея «Мое военное детство».

9. Съемки фильма «Чтобы выстояла страна», основанного на воспоминаниях энергетиков.

10. Открытие стеллы, посвященной 55 энергетикам, погибшим в годы ВОВ. Цветы к памятному знаку возложили работники станции, ветераны войны и труженики тыла, которые в войну работали на ТЭЦ.

Анастасия Лазибная: Проект «Баба-Деда» направлен на обучение пожилых, организацию досуга, просветительскую деятельность с работодателями.

Алексей Маврин: СГЦ «Опека» является крупной сетью частных пансионатов с лечением для пожилых людей в России.

Деятельность компании направлена на удовлетворение социальных и медико-социальных потребностей наиболее уязвимой части общества – людей преклонного возраста, страдающих тяжелыми заболеваниями (в том числе деменцией, болезнью Альцгеймера), утративших способность к самообслуживанию и самостоятельному проживанию, нуждающихся в реабилитации после перенесенных заболеваний (инсультов, инфарктов), травм и операций.

Людмила Мосина: Институт психогенетики помогает отдельным людям материально, делает скидки на обучение.

Ирина Мужчинина: Основная деятельность клуба досуга и путешествий для людей преклонного возрас-

Татьяна Константинова, исполнительный директор БФ «Фонд поддержки слепоглухих «Соединение»

Оксана Костив, специалист по КСО Pernod Ricard Rouss

Оксана Критикова, руководитель по внутрикорпоративным коммуникациям Группы «Т Плюс»

Анастасия Лазибная, основатель проекта «Баба-Деда»

та «Бархатный сезон»: социализация и адаптация представителей старшего поколения через организацию туристических, образовательных, спортивно-оздоровительных и культурно-досуговых программ и проектов. В настоящее время у нашего клуба два основных направления – туристическое и досугово-образовательное. Мы предлагаем клиентам путешествия по России и миру в компании надежного сопровождающего, образовательные занятия по английскому языку, танцам, компьютерной грамотности, скандинавской ходьбе и пр.

Елизавета Олескина: Благотворительный фонд «Старость в радость» предоставляет комплексную помощь домам-интернатам и отделениям сестринского ухода сельских больниц, от организации праздников, концертов и переписки до материально-технической помощи лекарствами, подгузниками, ремонтами, оборудованием помещений для инвалидов, индивидуальная помощь и реабилитация, наем дополнительного персонала для оказания ухода и организации досуга и т.д.

Роман Ольховский: РОО «Здоровая планета» и Ресурсный центр социального развития Ростовской области периодически организуют адресные мероприятия, приуроченные к знаменательным датам.

Михаил Ошурков: Разработка целевых программ, проектов и инструментов социальной поддержки ветеранов ПАО «Северсталь» за счет средств компании, бюджетирования, благотворительных взносов на реализацию программ в некоммерческую организацию Благотворительного фонда «Благо» и контроля за расходованием средств.

Общие направления в этой сфере: материальные выплаты; лечение, оздоровление; культурные и спортивные мероприятия для ветеранов; волонтерство.

Ольга Прохода: Основная помощь «Нестле» в России заключается в предоставлении бесплатной продукции по запросам благотворительных организаций. Волонтеры нашей компании в регионах, в частности, в Ростове-на-Дону, регулярно посещают дома престарелых области, устраивают для бабушек и дедушек праздники и чаепития, дарят подарки.

Ольга Румянникова: В планах инициативной группы деревни Старое Мартьяново – развитие волонтерства среди пенсионеров и обучение пожилых.

Елена Смирнова: Фонд «Созидание» оплачивает лечение людям любого возраста, помогает домам престарелых, поддерживает ветеранов ВОВ.

Ольга Суколина: Наш Центр социальной защиты и поддержки пожилых людей открыл пансионат повышенной комфортности для постоянного и временного проживания пожилых людей «Березово» (Новокузнецкий р-н Кемеровской области).

Михаил Табаков, Сергей Шахов: Фонд «Благо» и фонд Совета ветеранов организуют:

- целевые программы и выплаты материальной помощи;
- мероприятия по программе «Пожилым – здоровую старость»: санаторно-профилактическое лечение, оздоровительное питание;
- культурные и спортивные мероприятия для ветеранов;
- «Волонтерское движение» ветеранов;
- обучение ветеранов ПАО «Северсталь».

Александр Штин: Чусовский металлургический завод оказывает материальную помощь, помогает в проведении юбилеев, профессиональных праздников, поддерживает движение «Ветеран помоги ветерану», вовлекает молодых волонтеров закупать у одних ветеранов огородную продукцию для ее бесплатной передачи другим ветеранам.

Владимир Шутилин: У нас есть собственные социальные проекты, в которые мы вовлекаем волонтеров. Приведу два примера проектов, которые были реализованы ПАО «Газпром нефть» по поддержке пожилых людей:

1. «Интернет плюс» («Новые горизонты»). Информационная и социальная изолированность представителей старшего поколения – одна из наиболее острых проблем небольших поселений, для которых характерны относительно небольшие возможности получения информационных услуг, миграция молодого поколения в областной центр и другие регионы России. При этом пожилые люди не всегда могут самостоятельно обучиться современным технологиям, позволяющим поддерживать связь с друзьями и родственниками, сохранять активную жизненную и гражданскую позицию, получать государственные и муниципальные услуги, не выходя из дома.

Проект запущен в рамках программы социальных инвестиций «Родные города» в 2015 г. и направлен на обучение компьютерной грамотности пенсионеров семи населенных пунктов Оренбургской области. В сельских

Алексей Маврин, председатель совета директоров социального гериатрического центра «Опека»

Людмила Мосина, директор Института психогенетики и эффективного поведения

Ирина Мужчинина, директор клуба досуга и путешествий для людей старшего возраста «Бархатный сезон»

Елизавета Олескина, директор фонда «Старость в радость»

школах, библиотеках и домах культуры «Газпром нефть» установила компьютеры с необходимым программным обеспечением и выходом в интернет, а также организовала обучающие занятия. Всего за время работы компьютерных курсов были обучены более 100 пожилых людей.

«Интернет плюс» стал продолжением проекта «Онлайн для бабушек», победителем грантового конкурса «Родные города» компании «Газпром нефть» 2014 г. Тогда на базе средней школы с. Платовка Оренбургской области были установлены компьютеры с выходом в интернет.

2. Волонтеры «Газпромнефть-Региональные продажи» организовали осенний праздник для ветеранов. В рамках празднования Международного дня пожилых людей волонтеры предприятия организовали праздник в Санкт-Петербургском Доме ветеранов войны №2. В акции приняли участие 10 волонтеров и 35 ветеранов.

Участников войны, проживающих в Доме ветеранов, ждали мастер-классы по созданию индивидуальных мини-садов, саше из сухих трав и цветов, а также осеннего букета. Результатом стали более 50 работ и масса положительных эмоций. Кроме того, гости вручили пожилым памятные подарки.

Анна Юрпольская: Проект «Волонтеры Москвы 55+» помогает пенсионерам с активной жизненной позицией: наши волонтеры посещают детские больницы и дома-интернаты для престарелых. Конечно, для этого есть и обучение, и дополнительное общение.

Николай Яковлев: Завод «Трубодеталь» оказывает материальную помощь в трудных жизненных ситуациях неработающим пенсионерам-ветеранам предприятия и к профессиональным и календарным праздникам, юбилеям. Для всех ветеранов поселка Новосинеглазовский, в котором располагается «Трубодеталь», ежегодно организуется празднование Дня Победы и Дня пожилого человека. Ко Дню пожилого человека проводим экскурсию для ветеранов, чтобы они пообщались с работниками и бывшими коллегами.

Завод поддерживает Хор русской песни и клуб для людей старшего поколения «Горница» (это литературная, музыкальная студия и творческая мастерская). Кроме того, помощь одиноким ветеранам оказывают члены Совета молодых металлургов предприятия.

Какие проекты помощи пожилым перспективны для поддержки бизнесом?

Марина Белова: Помощь бывшим сотрудникам-пенсионерам.

Владимир Букреев: Мой ответ может быть таким: работа с пожилой аудиторией в нашей стране, можно сказать, не проводится вообще. То немногое, что существует со стороны специализированного бизнеса, направлено исключительно на медицинское, патронажное и специальное обслуживание людей в очень преклонном возрасте или с ограниченными возможностями. Причем ключевым сектором бизнеса для пожилых является медицина и медикаменты. Но это недопустимая недооценка огромной части нашего общества – в России около 40 млн человек старше трудоспособного возраста. В норме должны быть не только специальные, но и вполне обычные бытовые товары и услуги для пожилых, должны развиваться национальные бренды, ориентированные на эту аудиторию.

В отличие от Запада, который лет пять уже целенаправленно работает с рынком пожилых людей, **у нас нет даже ясного понимания насколько глобален этот рынок. По моей оценке, денежные средства, генерируемые пожилыми людьми в отечественную экономику, эквивалентны государственному бюджету страны.** И этим почти никто из бизнесменов не занимается.

Дарья Буянова: С прямыми благополучателями; по самозанятости пожилых; по улучшению материально-технической базы учреждений, где работают с пожилыми; проекты в сотрудничестве с НКО и муниципальными органами власти; поддержка проектов НКО и инициативных групп в рамках грантовых конкурсов.

Александр Бычков: Считаем наиболее эффективными проекты, предполагающие вовлечение и использование потенциала лиц старшего возраста, программы на повышение их финансовой и информационной грамотности, социальные проекты с привлечением «серебряных» волонтеров, благотворительная помощь одиноким людям преклонного возраста.

Роман Ольховский, учредитель РОО «Здоровая планета», учредитель АНО «Ресурсный центр социального развития Ростовской области»

Михаил Ошурков, менеджер центра кадрового сопровождения АО «Северсталь Менеджмент»

Александр Павлов, эксперт по КСО

Ольга Прохода, руководитель отдела по социальным проектам ООО «Нестле Россия»

Альфия Валиева: Поддержка университетов третьего возраста.

Ольга Глухова: В связи с кризисом и обнищанием пенсионеров перспективными являются проекты удовлетворения самых насущных нужд пожилых людей. Шефство над одинокими пенсионерами-инвалидами – продуктовые наборы на регулярной основе. Обеспечение медицинскими приборами (тонометры, глюкометры и др.) одиноких пенсионеров-инвалидов в сельской местности. Создание сети пунктов социального проката средств технической реабилитации (инвалидные коляски, костыли, противопролежневые матрасы и проч.), бесплатно выдающих в аренду нужные средства. Создание сети социальных столовых, организация корпоративных субботников в домах престарелых.

Галина Григорьева: Для компаний, которые производят потребительскую продукцию и оказывают услуги, вероятно, выбор программы определяет вид бизнеса. Это могут быть программы, ориентированные на повышение качества жизни пожилых, их социализацию, мобильность, востребованность.

Юлия Данилова: Крайне важно, чтобы бизнес поддерживал системные проекты помощи старикам, оказавшимся в самом тяжелом положении – беспомощным, лежачим – как в домах престарелых, так и на дому. Это возможно при помощи таких программ, как программа «Сиделки», и поддержки крупных волонтерских проектов. Так, оплата ставок координаторов волонтерской работы (в нашей службе помощи на 1500 волонтеров, помогающих во всех округах Москвы, хватает 9 координаторов) позволила бы расширить объемы помощи старикам. Также **перспективна поддержка развития профессионального рынка сестер по уходу – вклад в обучение таких сестер, социальное предпринимательство, связанное с уходом за пожилыми. Эффективная поддержка пожилых бизнесом возможна лишь с участием специализирующихся на такой помощи НКО.**

Игорь Доненко: Развитие корпоративного волонтерства среди пенсионеров, а также шефство и общественный контроль условий пребывания в интернате в партнерстве с НКО.

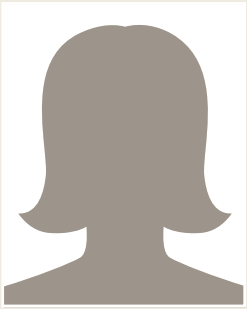
Наталия Зверева: Перспективны проекты, которые можно тиражировать в различных регионах и условиях. Кроме того, актуален фактор финансовой устойчивости – проект должен окупаться без грантов и субсидий.

Перспективен также формат государственно-частного партнерства, когда социальные предприятия берут на аутсорсинг оказание социальных услуг. Подобный путь развития социальной сферы – общемировая тенденция. В России таких проектов немного, но число их, скорее всего, будет расти.

Также важны проекты, которые способны вовлечь большое количество волонтеров. Вообще, как мне кажется, будущее социального бизнеса, в том числе и в гериатрической сфере, тесно связано с максимальным использованием потенциала партнерств: с государством, сообществами, через социальные сети и так далее.

Елена Киянова: Благотворительные проекты, включая помощь пожилым людям, должны носить долгосрочный, систематический характер. Пользуясь известным выражением, давать «не рыбу, а удочку». Ранее мы оказывали более традиционную, гуманитарную поддержку пожилым – предоставляли продуктовые наборы, вещи, бытовую технику. Однако данные исследований наших партнерских НКО, а также наши собственные оценки показывают, что проблема крайней бедности для пожилых людей уже не стоит так остро. К тому же разовая гуманитарная помощь не способна оказать глобального влияния на качество жизни. **Одна из наиболее актуальных проблем для этой категории населения – ощущение собственной ненужности, социальной изоляции.** Многие не могут найти работу из-за незнания современных технологий, испытывают сложности в общении со своими близкими, которые живут в других городах. Поэтому компания решила реализовать программу «Статус: Онлайн», направленную на обучение компьютерной грамотности пожилых людей и совершеннолетних людей с ограниченными возможностями. Программа была высоко оценена и удостоена 1 места в номинации «Лучшая программа, способствующая развитию образования в РФ» федерального конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности» (совместный проект Форума Доноров, газеты «Ведомости» и компании PwC).

Дмитрий Кольчугин: Наиболее перспективными для бизнеса являются проекты, направленные на социализацию и адаптацию пожилых людей в современном обществе и расширение их возможностей для активного



Ольга Румянникова, руководитель инициативной группы деревни Старое Мартьяново Завьяловского района

Вадим Самородов, руководитель программы «Старшее поколение» Фонда Тимченко

Елена Смирнова, директор фонда «Созидание»

Ольга Суколина, главный бухгалтер АНО «Центр социальной защиты и поддержки пожилых людей»

долголетия. Прежде всего, это касается программ обучения и переобучения трудоспособных граждан предпенсионного и пенсионного возраста с целью продления их профессиональной деятельности, участия в общественной жизни, в том числе волонтерства. С этим тесно связаны вопросы развития рынка труда и создания работодателями условий для найма сотрудников старшего возраста и адаптации действующих сотрудников, включая программы наставничества, передачи опыта от «ветеранов» новичкам, а также корпоративного социального и пенсионного обеспечения бывших работников компаний и предприятий. Еще одним перспективным направлением для бизнеса является т.н. «серебряный маркетинг» – разработка и продвижение услуг и технологий, ориентированных на запросы и особенности потребительской аудитории 50+.

Татьяна Константинова: Перспективны всегда проекты обучения людей, **а также финансирование разработок и создания новой техники, предметов обихода для пожилых людей.**

Оксана Костив: Проекты, которые логически связаны с основной деятельностью компании, являются не только полезными, но и устойчивыми.

Оксана Критикова: Проекты, помогающие социальной адаптации пожилых людей: финансирование сетей добровольной социальной адресной помощи; pro bono кабинетов психологического/юридического/финансового консультирования, где пожилые бесплатно смогут получить необходимую поддержку и помощь; финансирование курсов, например, компьютерных, кружков по интересам, организация экскурсий; организация субботников для приведения в порядок домов престарелых и т.д.

Анастасия Лазибная: Проекты, ориентированные на решение проблем дружелюбной возрасту среды (домашней и городской) и на трудоустройство.

Алексей Маврин: В первую очередь оказание социальных и медицинских услуг наиболее тяжелому контингенту пожилых людей. Как показывает мировая практика, государственно-частное партнерство в данной сфере весьма эффективно, так как заинтересованность всех сторон (получателя услуг, государства, частного поставщика услуг) очевидна.

Людмила Мосина: Обучение, группы поддержки.

Ирина Мужчинина: Активное долголетие во всех его направлениях. Современные пожилые хотят вести активный образ жизни, получать информацию, адаптированные услуги, реальные возможности и поддержку, в том числе и психологическую. Думаю, что этот обширный пласт – активное долголетие – открывает для бизнеса массу перспектив.

Елизавета Олескина: Корпоративные практики – сборы необходимого, кураторство конкретного учреждения, проекты, не требующие финансирования – поздравления, переписка, посылки, выезды, субботники, проекты со зримым результатом и отдачей, оплата дополнительных работников в домах престарелых, а также получение точного отчета с наглядным описанием изменений, вдохновляющими фотографиями и пр.

Роман Ольховский: Для профильного бизнеса – проекты по развитию льготных программ на потребительские товары для пожилых за счет развития потребительской (паевой) кооперации.

Михаил Ошурков: Все перечисленные в моем ответе на 1 вопрос направления, поскольку имеют адресную составляющую, ориентированы на потребности различных возрастных групп, способствуют социализации пожилых в обществе и реализации их потенциала.

Александр Павлов: Проекты pro bono, направленные на привлечение пожилых людей к обучению новых сотрудников компаний и передаче опыта, корпоративная пенсия.

Ольга Прохода: Хороший проект, который на слуху, «Старость в радость». Бизнесу лучше ориентироваться на экспертизу благотворительных организаций, которые имеют большой опыт в различных проектах помощи пожилым.

Ольга Румянникова: Взаимное сотрудничество в деле, где пожилые люди – мастера, где им интересно и где они могут быть полезны обществу.

Елена Смирнова: Обучение тех, кто вышел на пенсию, добрым делам и занятие их досуга. Возможно, регулярные поездки в дома ветеранов или больницы, где они, с одной стороны, помогают, с другой, понимают, что у них все неплохо по сравнению с теми, кому они помогают.

Ольга Суколина: Если говорить о проектах с точки зрения получения бизнесом прибыли – это направление

Михаил Табаков, председатель совета ветеранов ПАО «Северсталь»

Сергей Шахов, исполнительный директор БФ «Благо»

Александр Штин, председатель профкома первичной профсоюзной организации АО «Чусовской металлургический завод»

Владимир Шутилин, руководитель направления социальных и благотворительных проектов ПАО «Газпром нефть»

пока бесперспективно. Если бизнес готов помочь на основе добровольных пожертвований (в любой форме), то любая помощь одиноким пожилым людям, или проживающим в малообеспеченных семьях, крайне необходима.

Михаил Табаков, Сергей Шахов: Материальная помощь, медико-социальная поддержка, вовлечение пенсионеров в патриотическое воспитание молодежи, наставничество молодых рабочих.

Александр Штин: Развитие форм взаимопомощи (консультации, просветительские и т.д.) среди ветеранов. Организация объединений ветеранов по принципу клубов по интересам, иных, которые способствуют их общению между собой и другими заинтересованными лицами. Развитие движений «за здоровый образ жизни». От ветеранов – психологическая, консультационная помощь молодым семьям, в том числе, оказавшимся в трудной жизненной ситуации, профилактика вторичных отказов от детей в приемных семьях.

Владимир Шутилин: Перспективными представляются те проекты, которые направлены на развитие навыков пожилых людей и их вовлечение в реализацию проектов, на повышение их самостоятельности.

Николай Яковлев: Хорошую перспективу имеют образовательные проекты, дающие возможность пенсионерам быть полноценными членами современного общества: понимать многие процедуры, проходящие в органах государственной и муниципальной власти (например, правильное оформление документов), знать свои права и обязанности в области ЖКХ, социального обеспечения, быть грамотными в сфере здравоохранения и так далее.

Никогда не потеряют своей актуальности и волонтерские инициативы, личное участие добровольцев в жизни ветеранов, помощь по хозяйству или открытка, отправленная к памятной дате, потому что внимание и осознание того, что ты нужен – это очень важно в их возрасте.

Назовите компании, которые успешно работают в этом направлении

Ольга Глухова: JTI.

Марина Белова: ОМК.

Владимир Букреев: Среди профессионально помогающих пожилым могу назвать компании Опека, Социальные Системы и SeniorCare.

Дарья Буянова: Филип Моррис Ижора, Газпром Межрегионгаз, JTI.

Александр Бычков: Немногие компании выделяют в отдельное направление помощь старшему поколению. Но одна из таких – Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг, которая поддерживает проекты по оказанию материальной помощи и повышению компьютерной грамотности пожилых людей.

МТС реализует образовательный проект по использованию интернета старшим поколением. Подобный проект реализовывала компания Intel.

Альфия Валиева: ОАО «АК БАРС» БАНК реализует проект «Эстафета добра», целью которого является вовлечение сотрудников в волонтерскую деятельность. Каждое подразделение банка принимает решение, в какой форме и какой целевой группе будут оказывать помощь, разрабатывает концепцию проекта и размещает отчет о проделанной работе на внутреннем корпоративном сайте.

В благотворительной акции «Эстафета добра» с февраля 2015 г. по январь 2016 г. приняли участие более 6 тыс. сотрудников в 30 регионах РФ. В том числе организованы встречи с 200 ветеранами.

Юлия Данилова: Компании, которые включили поддержку НКО, помогающих старикам, в свои благотворительные акции: программа «Всем» компании «Киви», программа «Неравнодушные соседи» сети супермаркетов «Дикси».

Игорь Доненко: ОАО «РЖД».

Наталия Зверева: Из профильного бизнеса – вышеупомянутые проекты «Опека», «Система “Забота”» и пансионат «Березово».

Анна Юрпольская, координатор проекта «Волонтеры Москвы 55+», ассоциация «Союз волонтерских организаций и движений»

Николай Яковлев, директор по персоналу, связям с общественностью и общим вопросам АО «Трубодеталь»

Елена Киянова: Нестле Россия, Юнилевер, РУСАЛ.

Дмитрий Кольчугин: Социально-просветительские проекты «Сети все возрасты покорны» и «Мобильная Академия» компании МТС, которые направлены на вовлечение пожилых людей в использование интернета и мобильных технологий в повседневной жизни. Подобные программы, расширяют возможности для работы, общения, решения повседневных задач и проведения досуга тех, кто в силу своего возраста неуверенно чувствует себя в информационном обществе и цифровой среде, а также расширяют потенциальную базу пользователей интернет-услуг.

Алексей Маврин: Из специализированного на помощи пожилым бизнеса – «SeniorGroup» (пансионаты для пожилых людей); «Леге» («Система забота – тревожная кнопка»).

Людмила Мосина: Проект Владимира Яковлева «Возраст счастья» и другие его проекты.

Ирина Мужчинина: К сожалению, я не знаю бизнес-структур, кроме тех, которые осуществляют уход за людьми пожилого возраста (пансионы).

Елизавета Олескина: Волонтерские инициативы большинства компаний успешны, но чаще всего спонтанны и не системны, увы.

Роман Ольховский: Примеры есть, но успешных, к сожалению, в долгосрочной перспективе не встречал.

Александр Павлов: «Газпром – корпоративная пенсия». В России помощь пожилым в основном оказывают индивидуально те, кто лично столкнулся с домами престарелых. Глобально компании, зачастую, не видят себя в благотворительных проектах, направленных на помощь пожилым людям. Когда речь идет о детях, то понятно, что это будущее, а пожилые... Вместе с тем, есть примеры, когда бизнес предоставляет свои ресурсы для сбора средств.

Ольга Прохода: Я знаю о программе «Филип Моррис» по компьютерной грамотности для пожилых.

Александр Штин: На нашей территории: Объединенная металлургическая компания, Чусовской металлургический завод, профсоюзный комитет АО «Чусовской металлургический завод», Совет ветеранов завода.

Приведите примеры проектов по теме, которые вам нравятся

Марина Белова: «Информационный киоск». Цель проекта – социальная поддержка наименее защищенных слоев населения: пенсионеров, ветеранов, малообеспеченных, взрослых и детей с ограниченными физическими способностями. Целевая аудитория – пенсионеры, ветераны, малообеспеченные, взрослые и дети с ограниченными физическими способностями.

Владимир Букреев: Могу рассказать только о собственном проекте. Сеть «МИРРА» уже на старте задумывалась, как национальная, а значит, широкая в географическом смысле сеть пансионатов для пожилых. На начало 2016 г. мы работаем в Москве, Санкт-Петербурге, Калининграде, Воронеже, Ярославле, Иркутске. В центре нашего внимания находится качество – это делается для того, чтобы удерживать лидерскую позицию в среднем ценовом сегменте (от 30 до 40 тыс. руб. за месяц проживания резидента), а также создать организационную среду для лидерства в самом масштабном сегменте рынка пансионатов для пожилых – экономическом, с ценой от 15 до 18 тыс. руб. за месяц проживания. Последнего сегмента рынка пока не существует в принципе, наша компания его создает. Сеть пансионатов для пожилых людей «МИРРА» – это союз микросетей пансионатов, объединенных единым стилем, видением будущего и стандартами работы.

Дарья Буянова: Конкурс «Активное поколение», в рамках которого был выпущен сборник кейсов за 2014 г. По два проекта в 2014 и 2015 гг. были поддержаны Газпром Межрегионгаз. Проект «Город для всех возрастов» от JTI – успешный пример взаимодействия бизнеса, НКО, муниципальных органов власти и активных граждан.

Александр Бычков: Существуют интересные проекты, которые позволяют людям старшего поколения самореализовываться, получать и применять новые навыки в жизни, путешествовать, продолжать вести активный образ жизни. Подобные проекты реализуют НКО при поддержке бизнес-сообщества и частных лиц, например, фонд «Связь поколений» (партнеры фонда – МТС, ФораФарм). «Старость в радость» запустили рабо-

Федор Васильевич Семенов-Амурский «Солнечный день»

ту творческих мастерских в домах престарелых, Центр «Серебряный возраст» привлекает пенсионеров в волонтерские проекты.

Юлия Данилова: Фонд «Старость в радость», который помогает уже 200 государственным домам престарелых, развивая качественный уход за стариками.

Игорь Доненко: Клуб «Волонтеры Москвы 55+».

Наталия Зверева: Мне импонирует подход социального предпринимателя Алексея Маврина, создавшего в короткие сроки сеть гериатрических центров «Опека». В настоящее время в Санкт-Петербурге и Ленинградской области работают семь пансионатов «Опека» и, благодаря поддержке фонда, мы надеемся, что в 2016 г. в Москве будет открыт еще один центр. В пансионатах «Опека» – очень достойный уровень оказания услуг, а в московском центре будет создана специальная «Клиника деменции». Заем, который предоставлен фондом «Наше будущее», будет направлен на приобретение медицинского оборудования и мебели для нового пансионата.

Елена Киянова: Программа «Статус: Онлайн» компании «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» стартовала в 2013 г. Она рассчитана на обучение начальному уровню компьютерной грамотности людей предпенсионного и пенсионного возраста, совершеннолетних людей с ограниченными возможностями здоровья.

Учебная программа включает в себя базовые навыки работы на компьютере, основы пользования программами Microsoft Office, интернетом, Skype, электронной почтой.

К программе подключались волонтеры (более 200 человек ежегодно), среди которых часто были сами пожилые люди, прошедшие курсы.

В рамках программы ученики встречаются с местными центрами занятости и потенциальными работодателями, посещают занятия, где им рассказывают о возможностях компьютерных технологий при поиске работы. Многие выпускники смогли трудоустроиться или сохранить рабочее место благодаря полученным знаниям. Так, в Новосибирске несколько десятков подопечных Городского общества инвалидов получили работу в диспетчерских службах, колл-центрах, архиве. Нижегородский центр «Камерата» для преподавания на курсах нанял нескольких инвалидов по зрению, имеющих собственный опыт не визуальной работы на компьютере. Всего в рамках программы за 3 года было создано 10 стационарных и 25 передвижных компьютерных классов, где обучилось более 12 500 пожилых и людей с ограниченными возможностями.

Дмитрий Кольчугин: Из интересных проектов можно выделить, к примеру, такие технологические стартапы, которые помогают решать проблемы пожилых людей, как медицинская сигнализация «Кнопка Жизни» и планшет для пожилых людей. Оба проекта стали победителями в конкурсе молодежных инновационных проектов в сфере телекоммуникаций «Телеком Идея», организуемом МТС при участии ряда других компаний АФК «Система».

Татьяна Константинова: Мне очень понравилась инициатива общественной организации из Владимира, где пожилые женщины могли стать бэби-ситтерами.

Оксана Костив: «МТС – Сети все возрасты покорны»: интересная и полезная инициатива.

Оксана Критикова: Программы фонда «Старость в радость», и фонда «Социальное партнерство»: «Добровозик»; «Очки для нуждающихся»; «Аптечки для одиноких пенсионеров».

Анастасия Лазибная: Наш проект «Тестировщик – суперСТАР» направлен на разработку методологии и образовательной программы подготовки и трудоустройства тестировщиков программного обеспечения среди лиц старшего возраста.

Мария Борисовна Казанская «В порту»

В стране стабильно развивается ИТ-сектор, где тестирование программного обеспечения становится важным элементом производства качественного ИТ-продукта. При этом сама профессия тестировщика демонстрирует высокие показатели текучести персонала (молодые люди не хотят рутинной работы и предпочитают новые вызовы), которые выливаются в рост затрат на тестировщиков и рост себестоимости ИТ-продукта.

Мы хотим разработать методику обучения профессии тестировщика людей старшего возраста для обслуживания ИТ-сектора (пока на уровне местного кластера) и запустить двухмесячное обучение пилотной группы из 20 человек с дальнейшим трудоустройством с целью обкатать обучающую программу во время образовательного процесса и реальной работы, а также коррекцией процесса.

Ирина Мужчинина: Мне очень нравится идея проекта «Олдушка», инициатором которого выступил фотограф из Омска Игорь Гавар. Проект перерос в первое модельное агентство для людей преклонного возраста.

Елизавета Олескина: Внешэкономбанк провел неделю корпоративной помощи пожилым. Сотрудники, скидываясь между собой, оснастили два учреждения для пожилых всей необходимой медицинской техникой, не затронув бюджет компании и не вставая с рабочих мест – через интернет-магазины и оплату доставки.

Ситибанк провел акцию «200 счастливых бабушек», в рамках которой во всех регионах присутствия банка наши учреждения получили и материальную, и волонтерскую помощь.

Роман Ольховский: Формирование бизнесом рынков сбыта качественной продукции для пожилых людей за счет кооперации бизнеса, НКО и конкретных пенсионеров в рамках потребительского (паевого) сообщества.

Михаил Ошурков: Приведу примеры из практики нашей компании.

1. «Шаг за шагом. Скандинавская ходьба» – новое направление физической активности ветеранов. Получило развитие не только в компании, но и в городе, области. Цель – восстановление и укрепление здоровья ветеранов, помощь в социальной адаптации, не требующие больших материальных затрат. Занятия могут проводиться как массово, так и индивидуально. Охват около 1000 человек. Приглашаются все ветераны города. Это совместный проект ПАО «Северсталь» и мэрии Череповца.

2. «Помоги ближнему своему» – волонтерская группа из ветеранов. Цель проекта – помощь пожилым одиноким людям и инвалидам. Волонтеры посещают ветеранов на дому, развозят горячие обеды, сопровождают в медучреждение, покупают продукты, поздравляют с праздниками, выезжают к ним с концертами к юбилеям. Продолжением корпоративной практики в 2016 г. будет сотрудничество с Череповецким госуниверситетом по привлечению студентов к волонтерству.

3. «ГТО для ветеранов» – новый проект 2016 г. как часть государственной программы. Цель – призвать ветеранов следить за своим здоровьем и поддерживать свою трудоспособность. Нормы разработаны в соответствии с возрастами. Сдача норм планируется в 2 этапа – «Осенний марафон» и «Зимние забавы». Это совместный проект с мэрией Череповца (разработка нормативов, предоставление городских спортивных площадок, план мероприятий и т.д.).

Александр Павлов: Бизнес-центры предоставляют возможность фонду «Старость в радость» провести у себя акции по сбору средств одиноким старикам. Старбакс выступает одним из центров сбора подарков для подопечных фонда «Старость в радость», КП, Lenta.ru, Metro – информационно поддерживают активности фонда (профильные издания, разумеется, тоже).

Александр Штин: В перечне проектов «ОМК-партнерство»: «Серебряный возраст – жизнь продолжа-

Борис Алексеевич Смирнов-Русецкий «Облако».
Картон, темпера, пастель. 1958

ется». Проект состоит из комплекса мероприятий для пенсионеров, направленных на поддержание их жизнедеятельности, повышение общего эмоционального фона: проведение мастер-классов, обучения, экскурсий, выставок, лекций по истории, экологических прогулок, организация клубов по интересам, информационные встречи с молодым поколением с рассказами о пережитом.

Владимир Шутилин: Конкурс «Активное поколение». Материалы с описанием проектов, поддержанных в рамках конкурса, можно найти на сайтах операторов конкурсов (НП «Гарант», БФ «Добрый город Петербург»).

Анна Юрпольская: Проект «Бабушки-блогеры» обучает компьютерной грамотности пожилых. Но по теме волонтерства пожилых людей таких проектов пока нет.

Николай Яковлев: Проект «Тепло в квадратике». В течение четырех месяцев добровольцы в различной технике вязали из разноцветной пряжи квадратики. 360 квадратиков объединили в полотна – получилась лицевая сторона чехла для подушки. В канун Нового года и Рождества 33 ветерана «Трубодетали» и поселка Новосинеглазовский получили такие необычные подушки. Еще один проект – «Дорогою добра», в рамках которого волонтеры помогают одиноким ветеранам сделать ремонт в квартирах. Челябинское региональное диабетическое движение «Вместе» реализовало в поселке Новосинеглазовский проект «Диабет. Жизнь без границ», в ходе которого прошло обучение больных навыкам самоконтроля и поддержания компенсации диабета. В подарок участники, завершившие программу, получили глюкометры.

Также в 2015 г. добровольцы из числа Совета молодых металлургов завода «Трубодеталь» организовали акцию «Щедрая грядка», во время которой закупили у владельцев садовых участков излишки овощей (картофель, лук, морковь, капусту, свеклу) и передали их нуждающимся в помощи пенсионерам поселка.

Есть ли у вас планы по вовлечению сотрудников, ушедших на пенсию, в волонтерские программы или иную деятельность?

Марина Белова: Наши пенсионеры активно участвуют во всех акциях, помогают в организационных вопросах. Мы планируем поддерживать работу с ветеранами.

Владимир Букреев: Пенсионеры и могут, и хотят участвовать в активной деятельности. Мы предоставляем такую возможность в обеспечении досуга наших резидентов. Однако наибольшая вовлеченность предполагается в производстве товаров под маркой «МИРРА». Конкретные планы пока освещать не стану.

Александр Бычков: Компания поддерживает политику эффективного использования труда лиц старшего возраста в рамках своих компетенций. В настоящий момент, лица пенсионного возраста составляют 13,5 % от общей численности сотрудников. Сейчас компания не рассматривает возможность вовлечения их в волонтерские программы.

Альфия Валиева: В фонд приходят обращения с пожеланиями стать волонтером от людей разных возрастов, в том числе и пенсионного. С радостью принимаем любую помощь, вовлекаем в различные проекты по ин-

Антонина Фёдоровна Софронова «Набережная у МОГЭСа».
Бумага, гуашь. 1931

тересам каждого волонтера.

Ольга Глухова: Это направление целесообразно. Волонтеры-пенсионеры – самые устойчивые и зрелые. Мы работаем в данном направлении.

Галина Григорьева: Это очень правильно, когда бывшие сотрудники имеют возможность стать активными участниками каких-то проектов. Наши пенсионеры принимают участие в проектах по озеленению.

Юлия Данилова: Среди наших волонтеров есть пенсионеры, но их процент незначителен. Все-таки волонтерство в социальной сфере предполагает значительную мобильность и требует сил.

Елена Киянова: Мы заботимся о наших бывших сотрудниках, ушедших на пенсию. Так, ежегодно одно из наших предприятий на юге России – фабрика «Филип Моррис Кубань» – организует специальные праздничные мероприятия, посвященные Дню пожилого человека и Дню Победы для пенсионеров и ветеранов ВОВ, которые работали на нашем предприятии. В таких мероприятиях участвует руководство фабрики и сотрудники-волонтеры.

Дмитрий Кольчугин: В настоящий момент Благотворительный фонд «Система» и волонтеры из числа сотрудников корпорации участвуют в работе с нашими ветеранами, ежегодно поздравляют их с Днем Победы и оказывают другую посильную помощь. Вовлечение вышедших на пенсию сотрудников может стать следующим этапом в развитии корпоративного волонтерства.

Татьяна Константинова: Как только кто-то из сотрудников фонда уйдет на пенсию, он станет волонтером фонда. Мой опыт работы в НКО показывает: из благотворительности люди, как правило, надолго не уходят.

Оксана Критикова: На каждом предприятии группы действуют Советы ветеранов, с ними и профсоюзами в обязательном порядке согласовываются годовые социальные программы. Поэтому не будет преувеличением сказать, что энергетики, ушедшие на заслуженный отдых, при желании продолжают оказывать посильную помощь в организации мероприятий для сотрудников.

Анастасия Лазибная: В трудовую деятельность, так как люди, вышедшие на пенсию, хотят оставаться востребованными и передавать знания.

Алексей Маврин: У волонтеров пожилого возраста (из числа активных представителей), как правило, высокий уровень вовлеченности и энтузиазма. В нашей сфере волонтеры участвуют в культурно-досуговых мероприятиях, проводимых в пансионатах сети «Опека», а также могут быть привлечены при проведении промомероприятий, организованных АНБО «Опека».

Людмила Мосина: Думаю надо вовлекать сотрудников, ушедших на пенсию, в различные программы, чтобы сохранить их интерес к жизни и ощущение своей «нужности».

Ирина Мужчинина: В работе нашего клуба мы используем личностный потенциал наших участников. У нас есть добровольцы, которые становясь старостами в различных группах по интересам. Их функция заключается в организации, информировании, помощи членам группы.

Елизавета Олескина: Много наших ключевых помощников и волонтеров – пенсионеры-москвичи, молодые, активные и опытные люди.

Роман Ольховский: У организации планов нет, т.к. эта деятельность не является основным приоритетом, при этом считаю, что работа целесообразна.

Михаил Ошурков: Уже осуществляются и расширяются планы вовлечения активных пенсионеров в проекты воспитания молодежи, передачи знаний и опыта (работа экскурсоводами в музее металлургической промышленности), наставничество молодых рабочих.

Александр Павлов: Такая деятельность повышает

Надежда Андреевна Удальцова «Всадник в горах».
Бумага, гуашь. 1930

степень вовлеченности, формирует уважение и любовь к компании, создает условия для преемственности поколений.

Ольга Прохода: Важно, чтобы человек после окончания своей трудовой деятельности **продолжал насыщенную жизнь, ощущал свою нужность не только своим родным, но и другим людям.** Так как пенсионный возраст у нас наступает по сравнению с Европой довольно рано, то наши пенсионеры еще полны сил и желания работать. Для участия в волонтерских акциях мы приглашаем всех – сотрудников, членов их семей, друзей.

Ольга Румянникова: У нас есть планы по вовлечению сотрудников, ушедших на пенсию, в волонтерские программы. Эта работа необходима и обществу, и самим пенсионерам, так как если они будут чувствовать, что полезны и нужны, у них будет стимул жить, а не выживать.

Елена Смирнова: К нам приходят люди в депрессии после выхода на пенсию. Привлекая других в свои маленькие проекты помощи, они видят мир иными глазами они становятся полезными обществу. Им нравится помогать, они регулярно это делают, что для пенсионеров тоже важно – оставить график работы примерно такой же в днях, только сократить часы. Наши пожилые люди вовлечены во все проекты фонда – от хождения с детьми с ограниченными возможностями по театрам до вещевой адресной помощи, закатывания банок для наших мероприятий с соленьями и вареньями и поездок в учреждения.

Ольга Суколина: У нас в команде работают сотрудники – пенсионеры (30% штатных сотрудников).

Михаил Табаков, Сергей Шахов: Молодые пенсионеры становятся участниками волонтерского движения для помощи маломобильным одиноким пенсионерам.

Владимир Шутилин: Сотрудники компании, ушедшие на пенсию, вовлекаются в волонтерские программы, однако эта деятельность не носит системный характер.

Николай Яковлев: Эта работа, несомненно, целесообразна, а основной инструмент вовлечения пенсионеров – это активное участие молодых в жизни людей старшего поколения, реализация благотворительных проектов и информирование. Когда пожилые люди видят неравнодушное отношение, то они сами подключаются к благотворительной работе и готовы помогать.

С какими организациями вы сотрудничаете при реализации проектов по помощи пожилым? Возможно ли объединение государственных и частных программ в этом направлении?

Марина Белова: Мы помогаем пенсионерам самостоятельно, без привлечения сторонних организаций.

Владимир Букреев: Мы сотрудничаем с профессионалами-практиками из Министерства Обороны (Институт подготовки военных врачей) и рядом благотворительных организаций, включая фонд «Живи сейчас» по обучению персонала.

Дарья Буянова: Мы помогаем бизнесу сотрудничать с другим бизнесом, властью, НКО и СМИ.

Александр Бычков: Фонд развития социальных инициатив «В будущее!», БФ «Старость в радость» и др.

Надежда Андреевна Удальцова «Горное пастбище».
Бумага, гуашь. 1930

Объединение государственных и частных программ в этом направлении возможно.

Альфия Валиева: Проект фонда «Солнце светит всем!», целью которого является оказание помощи одиноким престарелым гражданам, реализуется при поддержке ОАО «АК БАРС» БАНК.

Ольга Глухова: НКО, государственные органы, коммерческие организации, отделы церковной благотворительности епархий РПЦ. Объединение государственных и частных программ возможно и частично нами реализуется.

Галина Григорьева: Отдельные мероприятия могут быть организованы силами волонтеров компании, но программную работу мы ведем только в партнерстве с некоммерческими организациями. Нашими партнерами в реализации «Театрального маршрута» являются некоммерческие организации фонд «Устойчивое развитие» и Информационно-музыкальный центр в Самаре.

Юлия Данилова: Мы успешно сотрудничаем с государством, московское правительство финансирует около половины наших расходов по богадельне. Хотелось бы, чтобы сотрудничество государства с НКО в области помощи старикам было системным, в частности, чтобы менялась система попечения о лежачих стариках в домах престарелых – оказывался профессиональный уход, активнее привлекались НКО.

Игорь Доненко: Ассоциация некоммерческих организаций «Союз волонтерских организаций и движений», БФ «Старость в радость», ДКБ №9 им Сперанского Департамента здравоохранения Москвы.

Наталия Зверева: Мы активно включились в работу по имплементации федерального закона 442-ФЗ «Об основах Социального обслуживания граждан в РФ». Специалисты фонда в кооперации с социальными предпринимателями анализируют как данный закон применяется на практике, занимаются информационной работой и готовят предложения по внесению необходимых поправок.

Елена Киянова: Наши благотворительные проекты и программы реализуются в партнерстве с влиятельными и эффективными некоммерческими организациями (НКО). Например, администратором программы «Статус: Онлайн» на федеральном уровне является фонд КАФ. В каждом из 14 регионов программы НКО, ставшие региональными координаторами «Статуса: Онлайн», проводят курсы компьютерной грамотности. В реализации своих корпоративных волонтерских проектов мы также тесно сотрудничаем с федеральными НКО, у которых есть региональные партнеры, например, с БФ «Старость в радость».

Дмитрий Кольчугин: АФК «Система» взаимодействует на основе долгосрочного соглашения с Московским городским советом ветеранов войны, труда, Вооруженных Сил и правоохранительных органов и мэрией Москвы. Это соглашение – пример того, что объединение усилий государства, бизнеса и НКО не только нужно, но и возможно.

Татьяна Константинова: Проект курсов обучения компьютерной грамотности, например, мы реализуем на деньги президентского гранта через Союз пенсионеров России.

Оксана Костив: Мы сотрудничаем с фондом «Артист». **Помощь государства не только возможна, но и крайне желательна: даже информационная поддержка программ, осуществляемых фондами и НКО, со стороны государства будет большим вкладом.**

Оксана Критикова: Сотрудничаем с органами власти и управления во всех городах присутствия бизнеса «Т Плюс», профсоюзными организациями.

Анастасия Лазибная: Наши партнеры – Агентство стратегических инициатив, БФ Елены и Геннадия Тимченко.

Александр Давидович Древин «В горах Армении».
Холст, масло. 1933

Алексей Маврин: Начиная с 2011 г. первые лица СГЦ «Опека» ведут активную работу по выстраиванию взаимодействия с государством. В качестве экспертов они принимали участие совместно с Министерством труда и социальной защиты РФ в работе над проектом нового ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в РФ» В начале 2013 г. они также разработали новую Инновационную модель социального обслуживания пожилых людей в РФ (ИМСО). Ее основная идея – включить человека (конечного получателя услуг или его опекуна) в центральную схему взаимодействия ГОСУДАРСТВО – УЧРЕЖДЕНИЯ, оказывающие медико-социальные услуги – ЧЕЛОВЕК. И осуществлять финансирование по принципу «деньги за человеком». Повысить заинтересованность в результате деятельности, создать здоровую конкуренцию между государственными и частными поставщиками услуг – это единственный способ изменить ситуацию в стране к лучшему и повысить качество оказываемых услуг. Многие предложения из ИМСО вошли в пятилетний план Минтруда.

В 2014 г. в Санкт-Петербурге был запущен первый пилотный проект по закупке городской администрацией социальных услуг у негосударственных поставщиков. СГЦ «Опека» стал победителем конкурса. В рамках сотрудничества с государством в пансионатах нашей сети на сегодняшний день получили услуги 196 человек. Более 90% отзывов – положительные. Проект поднял латентный спрос со стороны тех людей, которые по разным причинам не стоят в очереди в государственные дома престарелых, но также остро нуждаются в медико-социальных услугах.

Это стимулирует компанию не сбавлять темпы развития. 29 октября 2015 г. на инвестиционном совете губернатор Санкт-Петербурга Георгий Полтавченко поддержал проект СГЦ «Опека» по строительству современных пансионатов для пожилых людей с медико-социальным обслуживанием. Его цель – создание в Санкт-Петербурге альтернативной модели государственным домам престарелых.

Также при поддержке фонда «Наше будущее» готовится и ведется работа по созданию первой в России социальной франшизы. СГЦ «Опека» входит в государственные реестры поставщиков социальных услуг Санкт-Петербурга и Ленинградской области.

Людмила Мосина: Фонд «Милосердие», но пока точечно. Объединение возможно, но иногда кажется, что нецелесообразно.

Ирина Мужчинина: В своей работе мы активно сотрудничаем и с государственными и с негосударственными структурами, в частности, с порталом «Баба-деда», проектом «50+», проектом «Живем», с различными советами ветеранов Москвы и Подмосковья, Центрами социального обслуживания.

Объединение возможно, в некоторых проектах оно даже необходимо, потому что у большинства проектов одна глобальная цель – повышение качества жизни людей старшего возраста. И, в данном случае неважно, частная или государственная компания, важен результат.

Елизавета Олескина: Министерство труда и социальной защиты и РФ, и региональные министерства, фонд «Вера», «София», «Милосердие», «ОРБИ», сеть пансионов для пожилых «Сениор групп» и т.д.

Роман Ольховский: Не сотрудничаем. По вопросу объединения программ – вопрос более широкий, влекущий за собой вопрос в принципе об объединении государственных и частных программ в целом. Совершенствование этих механизмов в целом будет благоприятно сказываться и на сфере поддержки пожилых людей.

Михаил Ошурков: Благотворительный фонд «Благо», Совет ветеранов и профсоюзный комитет ОАО «Северсталь», мэрия Череповца, страховая компания «СОГАЗ», ООО «Сталь-Инцентр», общественные органи-

Александр Давидович Древин «Пейзаж с железнодорожным мостом».
Холст, масло. 1935

зации города и области и т.д.

Объединение государственных и частных программ в этом направлении возможно. Здесь могут потребоваться уточнения нормативной базы по государственно-частному партнерству для реализации совместных программ.

Александр Павлов: Если бизнес строит дома престарелых и предлагает содержание в них, как услугу, то цены на эту услугу совсем не социальные. А если бизнес инвестирует в ремонты существующих домов престарелых, то нет гарантии, что отремонтированный дом местные власти в дальнейшем не перепрофилируют. Такие случаи известны и в отношении детских домов. В текущей ситуации ГЧП возможно, но очень ограниченно.

Ольга Прохода: Мы оказываем помощь почти 50 благотворительным организациям в Москве и Московской области, бесплатно предоставляя нашу продукцию. В том числе продуктовые наборы для ветеранов войны и труда.

Ольга Румянникова: Пока не сотрудничаем, но собираемся. Считаю, что объединение государственных и частных программ в этом направлении возможно. Надо дело делать, искать точки сотрудничества, реализовывать новые идеи, новые подходы.

Елена Смирнова: «Старость в радость», но это скорее сотрудничество фондами, а не с проектом для пожилых.

Ольга Суколина: Фонд «Наше будущее», центр «Инициатива», областной департамент инвестиций и стратегического развития, администрация Новокузнецкого района Кемеровской области, департамент социальной защиты населения, Национальный благотворительный фонд, Общественная палата Кемеровской области.

Объединение государственных и частных программ в этом направлении возможно, но трудно. С чиновниками работать очень тяжело, для них деньги, собранные с налогоплательщиков, становятся чем-то собственным, не хотят отдавать каким-то НКО. Нашей организации с бизнесом работать легко – даже сейчас, в трудное время, кто-то делает ремонт бесплатно, кто-то делает огромные скидки (в пределах собственной себестоимости), кто-то помогает материалами и т.д.

Михаил Табаков, Сергей Шахов: БФ «Дорога к дому», профсоюзный комитет ОАО «Северсталь», мэрия Череповца (отдел по реализации социальных программ, управление образования, управление по делам культуры, комитет по физической культуре и спорту, управление по работе с общественностью, комитет социальной защиты населения города), ПФР, ФСС, страховая компания СОГАЗ, туристическая компания «Акварели», санаторий-профилакторий «Родник», ООО «Сталь-Инцентр», издательский дом «Череповец», детский дом-интернат «Ивановский», общеобразовательные школы Череповца, ЧГУ, профтехучилище, общественные организации города и области, дом-интернат для ветеранов и инвалидов Череповца, музеи и библиотеки города, центр досуга ветеранов «Комсомолец», торговые центры «Окей» и «Лента», городская дума и законодательное собрание Вологодской области и т.д.

Объединение государственных и частных программ в этом направлении возможно. Для этого необходимо законодательно определить роль каждого участника программы социальной поддержки ветеранов (государства, компании, НОБФ, общественных организаций советов ветеранов и других участников программ) и формировать в дальнейшем модели взаимодействия участников государственной и частной программы.

Александр Штин: С НКО и госструктурами – нет. Объединение возможно, оно может дать больший эффект, чем выполнение самостоятельных разрозненных мероприятий.

Федор Васильевич Семенов-Амурский «Портретная композиция».
Бумага на картоне, масло. 1964

Владимир Шутилин: Администрации поселений Оренбургской области, учреждения для пожилых людей.

Объединение государственных и частных программ в этом направлении вполне возможно.

Николай Яковлев: Наш завод тесно сотрудничает с Советом ветеранов поселка, где он находится. Так, члены Совета ветеранов помогают в организации мероприятий, проводят «Народный контроль цен» в магазинах поселка и т.д. Сотрудничаем с Челябинским региональным диабетическим движением «Вместе». Среди муниципальных органов власти можно отметить партнерство с администрацией Советского района Челябинска и Советом депутатов Советского района Челябинска, совместно с которыми мы организуем поздравления ветеранов с памятными датами и мероприятия, посвященные Дню Победы.

Довольны ли вы этим сотрудничеством?

Владимир Букреев: Довольны. Прежде всего эксклюзивными знаниями, которые мы получаем. Персонал, прошедший подготовку по программам, разработанным нашими партнерами, становится на новый уровень обслуживания пожилых людей. Это позволяет нам позиционировать пансионаты «МИРРА», как профессиональные центры, направленные на заботу, уход и организацию качественной жизни для людей старшего поколения.

Дарья Буянова: Да, это оптимизирует бюджеты, дает больше устойчивости, сама помощь оказывается более эффективной.

Александр Бычков: Оказана профессиональная организационная и информационная поддержка.

Альфия Валиева: Вместе можно более эффективно оказывать помощь.

Ольга Глухова: В целом довольны, правда, иногда госструктуры тормозят процесс, согласовывая проекты с начальством.

Игорь Доненко: Да, наши партнеры имеют опыт организации работы с волонтерами, могут вовлекать и мотивировать на решение социальных проблем.

Елена Киянова: Представители органов государственной власти играют существенную роль в области социальных инвестиций. Это профессионалы, которые могут дать четкую и объективную картину социальных проблем современного общества. Реализуя наши благотворительные проекты, мы ведем эффективный диалог с профильными министерствами и департаментами труда, социальной защиты населения, образования на федеральном, региональном и муниципальном уровне.

Дмитрий Кольчугин: Сотрудничество бизнеса с профильными общественными организациями и органами власти повышает эффективность социальных программ, т.к. позволяет сфокусировать оказываемую помощь на наиболее востребованных направлениях и тех категориях благополучателей (ветеранов), которые в наибольшей степени в этой помощи нуждаются.

Оксана Костив: И мы, и фонд, и служители сцены, вышедшие на пенсию, довольны сотрудничеством. Данная инициатива решает социальную проблему, очень органична с точки зрения бренда «Арарат» и ценностей Pernod Ricard Rouss в целом, и, что немаловажно, широко поддерживается сотрудниками нашей компании.

Анастасия Лазибная: У нас очень плодотворная работа с фондом Тимченко.

Алексей Маврин: Мы довольны определенной положительной динамикой, наметившейся в России. **Правительство пересматривает действующее долгие**

Федор Васильевич Семенов-Амурский «Всадник на дороге».

годы законодательство, принимает новые законы, которые можно назвать инновационными для России. Самый принципиально новый и важный для страны момент – это то, что **начал выстраиваться конструктивный диалог между представителями социально ориентированного бизнеса, НКО и органами власти. Ведь только совместными усилиями можно достичь результата.**

Ирина Мужчинина: В целом довольна, но считаю, что возможно более активное взаимодействие на всех уровнях.

Елизавета Олескина: Хотелось бы больше организаций, занимающихся помощью пожилым, и более системного распределения этой помощи, как инфраструктурной, так и материальной.

Михаил Ошурков: Северсталь рассматривает свои благотворительные программы как часть системной работы в области корпоративной социальной ответственности, увязанной со стратегией компании.

Ольга Прохода: Это взаимовыгодное и интересное сотрудничество на благо общества, пожилых людей. НКО нам помогают советами и руководством, мы – силами волонтеров и корпоративной помощью.

Ольга Румянникова: Я знаю и верю, что сотрудничество возможно.

Ольга Суколина: НКО, некоторые представители администрации, общественные организации регулярно оказывают различного рода поддержку, в том числе информационную, интересуются нашими проблемами и победами, всегда поддерживают нас морально.

Контакт с департаментом социальной защиты населения Кемеровской области налаживается пока тяжело, мы для них конкуренты.

Владимир Шутилин: Это сотрудничество позволяет реализовать партнерские проекты, которые привлекают меньшее финансирование со стороны компании.

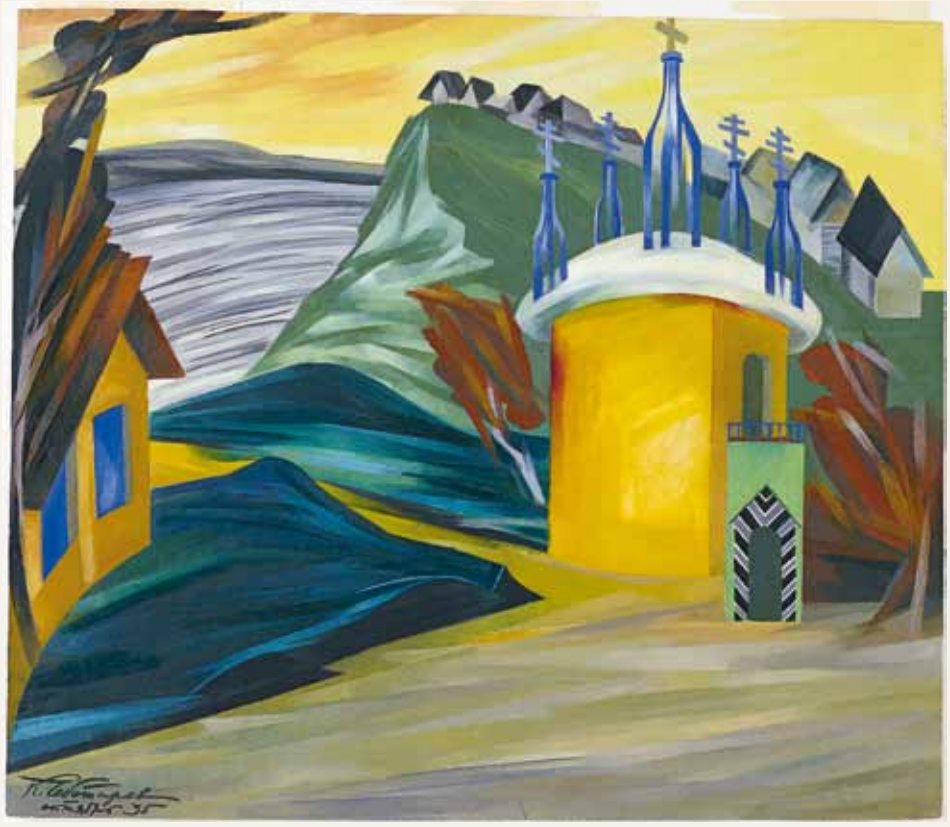
Николай Яковлев: Любое партнерство в благотворительности и социальной деятельности всегда продуктивно, потому что совместные усилия дают больший эффект.

Что мешает развитию и продвижению проектов помощи пожилым в России?

Марина Белова: Незаинтересованность помогать, безразличие.

Владимир Букреев: Стереотипы. Представление о пожилых людях и их проблемах в обществе принято разделять на два направления. Первое, что всегда остается вне общественного поля зрения – это отношения в семье. Поскольку принято, что за пожилым должна ухаживать его родня, обществу нет дела до частной жизни пенсионеров, и «перезревшие» семейные проблемы не берутся в расчет, а значит, как бы, не существуют. Второе направление – это общественное внимание к немощным, крайне бедным пожилым или инвалидам. Здесь и общество, и религиозные организации оказывают деятельную поддержку нуждающимся гражданам. Однако этим вторым направлением работы, по сути, устраняется вообще вся проблема целиком. Общество говорит: «Мы помогаем пожилым инвалидам, это значит – мы автоматически решаем все проблемы пожилых людей». За малым делом не видно глобального: именно такая практика укрепилась в нашей стране, это и есть стереотипы, которые не позволяют комплексным частным пансионатам для пожилых людей развиваться беспрепятственно.

Дарья Буянова: Удаленность территорий, где дей-



Константин Константинович Чеботарев «На веках невкотором осударстве царь да ише другой мужичонко исполу промышляли...» Из цикла иллюстраций к книге Б. Шергина «Золоченые лбы».
Бумага, масло. 1935

ствительно нужна помощь; недостаточное стратегическое планирование компаний в сфере КСО и новизна темы (конкурировать с помощью детям очень сложно).

Александр Бычков: Необходимо осознание проблемы старения населения России. **На данный момент более 24% населения – это люди старше трудоспособного возраста. Видим возможным создание целой индустрии занятости пенсионеров,** которая расширит круг возможностей для развития и применения своих компетенций людям старшего поколения.

Ольга Глухова: Нехватка ресурсов, большая нацеленность бизнеса на помощь детям.

Галина Григорьева: Не думаю, что есть какие-то проблемы, относящиеся исключительно к проектам для пожилых людей. У нас в целом еще не очень большой некоммерческий сектор, и совсем небольшая его часть работает с пожилыми.

Юлия Данилова: Тема помощи тяжелобольным, одиноким, лежачим старикам пока недостаточно популярна в российской благотворительности, часто воспринимается как «негативная». Другая трудность заключается в том, что, чтобы качественно помогать самым нуждающимся старикам, необходимо изменить идеологию социальной работы и помощи престарелым в государстве, включив в нее понятия качества жизни и достоинства личности.

Игорь Доненко: 1) Не популярно, т.е. вне тренда. 2) Сложно организовать. 3) Не хочется подменять государство.

Наталия Зверева: Недостаточная информированность предпринимателей, чиновников и потребителей услуг, нежелание отдельных представителей государственных и муниципальных органов пускать в систему оказания социальной помощи альтернативных поставщиков услуг, создание лишних административных барьеров.

Елена Киянова: Я бы говорила не о том, что сдерживает развитие этой сферы, а о том, что мы можем сделать для того, чтобы стимулировать ее активность. **На мой взгляд, необходимо дальше развивать деятельность общественных организаций, с которыми взаимодействуют компании в этом направлении. Также, необходимо продолжать диалог между профессиональными сообществами.**

Опыт, лучшие практики в области реализации социальных инвестиций очень важны для повышения уровня понимания того, как должны работать НКО и выглядеть благотворительные проекты, в том числе и в направлении помощи пожилым в России. Это будет способствовать развитию еще более эффективного взаимодействия между всеми участниками социальной деятельности.

Хочется также отметить важность и актуальность публичного признания нужности и важности таких социальных проектов, реализуемых бизнесом. Во-первых, компании будут еще лучше понимать, что они идут в верном направлении, во-вторых, это способ популяризации данной деятельности. Здесь важна роль СМИ, которые несут определенную социальную нагрузку, показывая, что в регионе есть бизнес, стремящийся сделать жизнь пожилых людей лучше.

Дмитрий Кольчугин: Главное препятствие – сложившиеся стереотипы в сфере благотворительности, традиционно направленной на помощь детям. При этом старшее поколение до недавнего времени находилось практически вне поля зрения НКО и социально ответственного бизнеса.

Татьяна Константинова: Мешает развитию помощи пожилым людям в т.ч. огромный пласт проблем, связанных с детьми. В нашем обществе, в первую очередь, привыкли помогать детям. Люди считают, что у детей есть будущее, их больше жалко, они более беззащитны.

До взрослых и пожилых очередь доходит гораздо позже.

Оксана Костив: Количество всемозможных проектов, направленных на помощь пожилым людям, набирает обороты, что не может не радовать. Чтобы сделать такие проекты еще более эффективными, необходимо создавать удобные и понятные механизмы помощи и лучше информировать людей о возможностях помочь, и о важности вклада каждого.

Оксана Критикова: Финансовый кризис и отсутствие в России продуманной долгосрочной концепции работы с целевой аудиторией «пенсионеры». **От опеки и попечительства государству следует переходить к стимулирующим и активизирующим мероприятиям, которые в условиях дефицита человеческих ресурсов и финансовых средств эффективно решат проблемы пожилых людей.**

Анастасия Лазибная: Редкое участие государственных органов в конкурсах социальных проектов: как в жюри, так и в качестве экспертов (например, тот же Стартап года ВШЭ в категории «Социально значимый» или Impact Hub).

Алексей Маврин: С точки зрения менталитета – распространенные позиции в обществе: «Уходом за пожилыми людьми должны заниматься сами родственники» (несмотря на то, что в домашних условиях чаще всего невозможно обеспечить требуемый медико-социальный уход, разнообразный досуг) и предвзятое отношение в обществе к людям преклонного возраста: «Старик отжил свое, что с ним возиться…».

С законодательной стороны проблема в нашей сфере заключается в том, что нет четких и экономически обоснованных тарифов для выделения и распределения бюджета, согласно Федеральному закону №442-ФЗ. Ныне существующие государственные тарифы занижены, т. к. не учитывают ВЕСЬ спектр фактических затрат, например: инвестиционную составляющую и пр.

Нормативно-правовая база требует проработки с учетом реальной (фактической) ситуации.

Необходимо принять меры для преодоления информационного разрыва между целевой аудиторией – потенциальными потребителями, которые остро нуждаются в подобных услугах и не знают о том, что они есть на рынке. В целом – повышение информированности общества о развитии индустрии медико-социальной помощи, выхода ее на качественно новый уровень, повышения доверия и лояльности со стороны широких масс общественности. Данное направление требует очень внимательного отношения, т.к. судя по тематическим эфирам, СМИ по-прежнему освещают данную тему больше в отрицательном ключе и поддерживают действующие десятилетиями негативные стереотипы о неприемлемости и низком качестве медико-социального ухода за пожилыми людьми вне дома.

Людмила Мосина: Отсутствие внимания к проблемам пожилых людей на всех уровнях. Сейчас ситуация медленно начинает меняться. И главное – отсутствие единой государственной политики.

Ирина Мужчинина: Почему-то считается, что если человек пожилой, ему обязательно нужна помощь. К сожалению, в нашем обществе принято воспринимать пожилого человека как немощного, причем, как только он перешагнул определенный возрастной рубеж, резко меняется отношение общества, бизнеса к нему, меняется его социальный статус. И все услуги, все предложения сосредоточены именно на помощи людям старшего поколения. Но пожилым людям не всегда нужна предлагаемая помощь. Чаще нужна информация, внимание, поддержка, адаптированные услуги. В этом вопросе и мог бы подключиться бизнес, выясняя и реализовывая запросы старшего поколения.

Елизавета Олескина: Еще очень сильны предрассудки о бессмысленности такой помощи **(«Зачем помогать старикам, если есть дети?»), и сама помощь часто носит спонтанный, несистемный характер раздачи «рыб», когда нужны «удочки» и курсы по «рыболовству».**

Роман Ольховский: Постановка приоритетов и личностный фактор: все понимают, что эта задача важная, но она не срочная, т.к. в личностном плане мало кто думает о своем пожилом возрасте. Современная скорость жизни диктует более срочные и важные задачи – нефть, доллар, чемпионат мира по футболу...

Михаил Ошурков: Реформа бюджетной сферы и перевод государственных организаций на самофинансирование при одновременном снижении уровня жизни пожилых усиливает социальное неблагополучие. Вместе с тем, экономический кризис не позволяет бизнесу принять на себя дополнительную нагрузку в сфере благотворительности.

Александр Павлов: В первую очередь – непрозрачность государственных учреждений по содержанию престарелых. Не секрет, что учреждения имеют государственное финансирование и договоры с пожилыми людьми об их содержании. Найти отчетность этих заведений практически невозможно. Во вторую очередь – большое количество других социальных проблем, за решением которых фонды (а их около 500) обращаются к обществу. Общество не может бесконечно откликаться на все проблемы. В третью очередь – экономические проблемы и сокращение среднего класса.

Ольга Прохода: Ничего не мешает. Это направление нужно развивать и действовать в сотрудничестве с социальными службами города.

Ольга Румянникова: Большинство ждут, что им должны дать, а взамен ничего не предлагают.

Елена Смирнова: Не считают класс пенсионеров как рабочие руки. А они как раз и имеются: опыт, желание и время – главное, подобрать интересное им занятие, по душе. То, чего многие были лишены всю жизнь, а сейчас могут заниматься любимым делом.

Ольга Суколина: Безразличие чиновников. Общественное мнение (считается, что отдать родного человека, даже в такой пансионат, как наш, это позорно). Такое мнение сложилось в стране при существующих домах престарелых. В нашем городе огромное количество нуждающихся стариков, но пенсия у них меньше, чем проживание в нашем пансионате. Стоимость проживания у нас от 24 до 30 тыс. рублей в месяц, а пенсии у большинства не дотягивают до 19 тыс. Если бы было прямое финансирование нашей организации на каждого старика хотя бы по 5 тыс. в месяц, то мы могли бы помочь очень многим.

Михаил Табаков, Сергей Шахов: Государственные программы помощи пожилым не предусматривают сотрудничество с общественными советами ветеранов, некоммерческими организациями.

Александр Штин: Низкая активность людей, в том числе и самих ветеранов; недостаточное финансирование «активных проектов», по большей части – это мероприятия материальной поддержки.

Владимир Шутилин: Приоритеты выстроены в сторону поддержки детей и детских домов (стереотип) как самой нуждающейся категории; а также отсутствие веры в возможности людей «третьего возраста».

Анна Юрпольская: Отсутствует социальная реклама. Нет передач на радио и телевидении.

Что еще вы хотели бы добавить по этой теме?

Дарья Буянова: Для реализации качественных проектов и организации помощи нужно обязательно привлекать профильные НКО.

Ольга Глухова: Спасибо за внимание к теме помощи пожилым людям. В силу грядущего старения общества эта тема все сильнее будет выходить на первые планы.

Галина Григорьева: Думаю, что это область, где можно делать много разного, и все будет востребовано. От помощи в каких-то бытовых вопросах до социализации. Также эта тема найдет поддержку у индивидуальных благотворителей, а это очень важно для устойчивого развития проекта и реализующей его некоммерческой организации.

Наталия Зверева: Федеральный закон N 42-ФЗ «О внесении изменений в часть первую Гражданского кодекса РФ» означает настоящую революцию в сфере оказания соцуслуг, так как создает условия для равноправного участия частных предприятий и некоммерческих организаций. Де-юре закон введен в действие с марта 2015 г., но де-факто, по той информации, которую мы получаем от социальных предпринимателей, пока действует в весьма ограниченном объеме.

Во-первых, на местах, в регионах мало информации: как предприниматели, так и представители государственных и муниципальных органов пока недостаточно осведомлены об этом законе и тех возможностях, которые он дает.

Во-вторых, у социальных предпринимателей создается впечатление, что в ряде регионов представители существующих структур просто не хотят делиться с «частниками» средствами, отпущенными на социальные нужды, создавая избыточные, на взгляд предпринимательского сообщества, административные барьеры. Также есть практика формального перевода существующих муниципальных и государственных пансионатов в формат некоммерческих организаций с последующей фактически безальтернативной и внеконкурсной передачей им заказа на оказание социальных услуг. При этом для конечных потребителей – пожилых людей и их семей – ничего не меняется: выбора между различными поставщиками гериатрических услуг как не было, так и нет, а предприниматели по-прежнему не получают доступ к государственным и муниципальным средствам. То есть, несмотря на наличие довольно прогрессивного федерального законодательства, практика «на местах», к сожалению, еще очень-очень далека от идеала, поэтому мы видим нашу задачу в том, чтобы способствовать постепенному внедрению подходов федерального закона 42-ФЗ в реальную практику оказания гериатрических услуг.

Оксана Критикова: **Нужно популяризировать идею здорового образа жизни, как гарантию сохранения потенциалов здоровья и продуктивного старения.**

Алексей Маврин: Мы стремимся к тому, чтобы старость перестала пугать. Это – не безысходность. Мы должны быть уверены, что у нас в старости будет максимально наполненная жизнь, несмотря на возможные недуги.

Ирина Мужчинина: Часто думаю, почему вопросами молодежной политики занимаются федеральные органы по делам молодежи, министерства по делам молодежи часто объединены с ведомствами спорта и физической культуры. А федерального ведомства по делам пожилых людей у нас нет, ими занимаются как-то вскользь, сквозь призму опеки, помощи, ухода, дожития... Ни в коем случае не радею за идею создания еще одной структуры, я в принципе о подходе. Ведь людей пожилого возраста с каждым годом все больше, и даже в этом кроется особенность отношения общества к данной категории. Хочется, чтобы поменялось отношение, чтобы пожилые воспринимались как особенная, но все-таки полноценная часть общества, которая еще активна и способна участвовать в жизни общества.

Елизавета Олескина: Очень хочется, чтобы конференция по этой теме послужила бы отправной точкой нового периода благотворительности – эры грамотной и системной помощи пожилым людям.

Ольга Прохода: Очень хорошо, что проблема жизни пожилых людей стала темой конференции. По-моему, первой конференцией такого рода. Интересно узнать, что делают другие и что вообще делается в этом направлении.

Ольга Румянникова: Хорошо, что эту тему стали активно обсуждать, делиться опытом. У наших пенсионеров огромный ресурс заложен, опыт, знания, умения – это ОЧЕНЬ МНОГО, надо найти как этот ресурс ЗАДЕЙСТВОВАТЬ.

Вадим Самородов: Благотворительный фонд Елены и Геннадия Тимченко занимается темой старшего поколения с 2011 года. В самом начале деятельности мы целенаправленно работали с экспертным сообществом и профессионалами в области демографии, социологии, социальной сферы и здравоохранения. Благодаря этому наши программы максимально открыты для новых идей и адаптированы к процессам, происходящим в обществе.

Мы стараемся изменять общественные стереотипы по отношению к старости и развивать систему социальной защиты населения, включая поддержку некоммерческого сектора и развитие доступного рынка социальных услуг. Для решения этих задач мы организуем ежегодную конференцию «Общество для всех возрастов» и поддерживаем медийные и просвещенческие проекты.

Одна из важнейших задач фонда – развитие местных инициатив по поддержке пожилых людей в малых городах и селах. Для этого мы создали программу малых грантов «Активное поколение», которая с 2016 г. будет реализована в 30 регионах России.

Годовой бюджет программы «Старшее поколение» Фонда Тимченко составляет 60 млн руб.

Елена Смирнова: Очень актуальная тема.

Ольга Суколина: Как представитель некоммерческой организации считаю, что федеральным органам можно было бы взять под собственное **финансирование НКО, включенные в реестр поставщиков социальных услуг.** Пусть у таких НКО будут открыты счета только в казначействе (как у бюджета), чтобы было прозрачное наблюдение за доходами и расходами. Эта мера помогла бы и в распределении Президентских грантов (достаточно сделать отчет, заверенный казначейством), это же обеспечивало бесплатное банковское обслуживание (комиссии банков – это безумные суммы).

Анна Юрпольская: Тема: «отдавая, мы – получаем» отсутствует в системе помощи пожилым, и очень напрасно.

Как лучше помочь людям «серебряного возраста»

Анна Андреенкова,
зам. директора ЦЕССИ (Институт сравнительных социальных исследований), специалист по вопросам сравнительного изучения ценностей, образа жизни и общественного мнения в европейских странах, к.п.н.

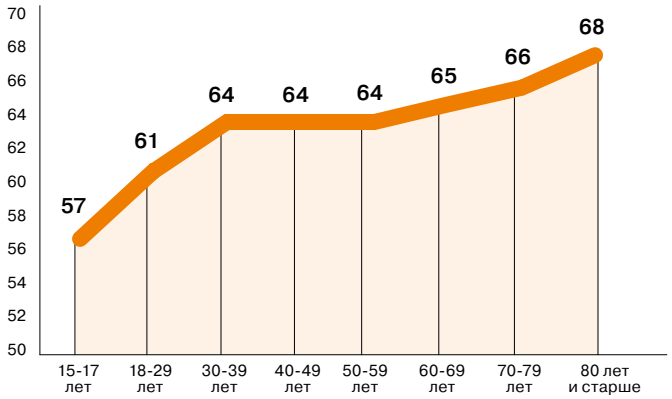
Наш институт занимается изучением социальных проблем пожилых людей, взаимодействия поколений, субъективного восприятия возраста уже более 20 лет в России и в других странах бывшего СССР.

Для поддержки бизнесом перспективны, на мой взгляд, четыре основных направления. **Одно из них** наиболее очевидно – это помощь в получении медицинского обслуживания. Несмотря на оптимистические сообщения в прессе и со стороны госорганов об успехах в улучшении медицинского обслуживания населения в последние годы, ситуация в этой сфере особенно для пожилых людей и особенно за пределами крупных городов (хотя и в них) остается чрезвычайно тяжелой.

Второе направление связано с формированием справедливого и позитивного образа старости и пожилого человека. В настоящее время дискриминация людей по возрасту как в межличностных отношениях, так и на рынке труда, в органах государственной власти, в органах здравоохранения довольно сильно распространена. В общественном сознании пожилые люди воспринимаются зачастую как обуза, бремя по крайней мере с экономической точки зрения.

По данным Европейского Социального Исследования (ESS), которое проводится ЦЕССИ каждые два года на протяжении последних десяти лет, границей старости в России в среднем люди считают 64 года (это среднее значение при ответе на вопрос «Начиная с какого возраста люди в нашей стране считаются старыми?). При этом различия в восприятии границ старости между людьми разных возрастных групп довольно существенно. Для молодых людей «старость» наступает уже около 60 лет. С возрастом эта границе отодвигается, но, тем не менее, она довольно невелика.

График 1. **Субъективное восприятие границ старости (вопрос *«Начиная с какого возраста, на ваш взгляд, человека в нашей стране начинают называть старым?»*)**



Взаимодействие людей разных возрастных групп в российском обществе очень ограничено. Например, по данным ESS лишь у 36% 50-летних, 21% 60-летних и 17% 70-летних есть друзья молодого возраста. В других европейских странах ситуация совершенно другая. У всех старших возрастных групп дружеское взаимодействие с молодыми в несколько раз выше. Что еще более важно – различия в таких контактах между 50, 60, 70 и 80-летними гораздо менее значительны, чем в России. То есть хотя с возрастом люди и теряют постепенно контакты с молодыми, но это происходит в гораздо меньшей степени, чем в России. Такие контакты между людьми разных возрастов, разных поколений помогают и социальной адаптации пожилых, и передаче знаний, опыта и национальной культуры следующим поколениям, способствуют лучшему пониманию людей разных поколений между собой, гармонизации их потребностей и интересов.

Таблица 1. **Взаимодействие возрастных групп (вопрос *«Есть ли увас друзья помимо членов семьи младше 30 лет?»*), % ответивших «Да»)**

	60-69	70-79	80 лет и старше
Россия	3%	1%	0%
Швейцария	17%	15%	8%
Чехия	10%	12%	0%
Германия	21%	12%	11%
Финляндия	20%	17%	6%
Франция	30%	24%	7%

Два другие направления связаны между собой – это проблема одиночества и проблема социальной востребованности пожилых людей. На мой взгляд, интеграция пожилых людей в нормальную и активную, производительную жизнь пока у нас решается очень плохо. Огромное количество людей не востребовано обществом и не чувствует свою нужность и полезность еще в относительно молодом возрасте. Старость к россиянам приходит очень рано, слишком рано, и эта старость не физиологическая, а социальная. «Жизнь после пенсии» должна быть не только приятной, но и нужной, и полезной.

Таблица 3. **Вовлеченность людей старших возрастных групп в добровольную общественно-полезную деятельность**

	60-69	70-79	80 лет и старше
Россия	3%	1%	0%
Швейцария	17%	15%	8%
Чехия	10%	12%	0%
Германия	21%	12%	11%
Финляндия	20%	17%	6%
Франция	30%	24%	7%

По данным ESS, лишь 3% 60-летних и 1% 70-летних участвует в добровольно общественно-полезной деятельности. В других европейских странах такое участие значительно выше и достигает 30% среди 60-летних и 24% среди 70-летних и даже 7% среди 80-летних во Франции.

Через участие в активной социально полезной деятельности решается проблема одиночества и социальной исключенности пожилых. Поэтому любая организационная деятельность по включению пожилых людей, которые имеют огромный профессиональный и жизненный опыт в самых разных сферах, в активную жизнь может улучшить качество жизни в нашем обществе в целом, уверенность людей в завтрашнем дне, а, возможно, и послужит продолжению жизни людей. Пожилые люди могут стать неоценимыми помощниками в работе по улучшению жизни в своих районах, могут быть наставниками для детей в секциях, кружках, Домах творчества, они могут оказывать разнообразную помощь благотворительным организациям, женским организациям и т.п. Дать пожилым людям такую возможность и рассказать им о ней, привлечь к ней – лучший подарок и для них, и в будущем для каждого из нас.

Помощь пожилым – проблемы и возможности

Людмила Мосина,
директор института психогенетики

«Если хоть один раз ты действительно кому-то помог, значит, прожил не зря».
Людмила Щерблюк

Внимание и интерес к проблеме помощи пожилым людям в современном мире постоянно растут. И это не может нас не радовать. Огорчает то, что ресурсов не так много, как хотелось бы. И не столько материальных, сколько понимания того, ЧТО за помощь требуется пожилым людям.

Современное государство уделяет особое внимание исследованию проблем подростков и молодежи. Мне думается, подобного отношения заслуживает и старшее поколение. Это позволит использовать его опыт, поможет нам лучше понять, к чему приложить

усилия, внимание, чтобы потом не жалеть, что не доделали, не додали внимания, заботы, любви.

Думаю, что вопрос помощи надо разделить на две части: экономическую и духовную.

Сегодня чаще мы акцентируем внимание на экономических проблемах старости, в то время как вопросы самоидентичности, организации досуга, межпоколенческих взаимоотношений остаются вне сферы наших интересов. Парадокс современного восприятия пожилого человека заключается в том, что его считают достаточно старым, чтобы уже прекратить активную трудовую и социальную деятельность, но в то же время еще достаточно молодым, чтобы все свои проблемы решать самостоятельно, без помощи общества.

Самый простой способ помощи – перевести деньги на счет в дом престарелых. И это не снижает значимость материальной помощи. Ведь условия жизни людей в этих домах не всегда достойные.

Недавно мы со друзьями и клиентами организовали поездку в дом престарелых. Даже само название этого учреждения вызывает уныние. Другого пока не придумали. Я была несколько удивлена, что наши друзья так живо откликнулись на предложение помочь: кто дал деньги, кто купил продукты и необходимые санитарные принадлежности.

Приняли нас вначале несколько настороженно, но когда поняли, что это просто «по зову сердца», то разговорились и даже не хотели отпускать. Наибольшую радость бабушек и дедушек (как трепетно называет их Лиза Олескина, руководитель фонда «Старость в радость») вызвали привезенные цветы в горшках: теперь в каждой комнате есть растение, за которым надо ухаживать. Условия жизни (по 5 человек в небольшой комнате) пока оставляют желать лучшего. Но люди не жаловались, а радостно рассказывали, что летом сажают цветы во дворе, что кормят хорошо, что лекарства есть. Мы шутили вместе с ними и сфотографировались на прощание. Они попросили в следующий раз привезти им распечатанные фотографии. Общение получилось радостное и душевное.

После того как мы разместили небольшой пост в ФБ, желающих присоединиться к нам стало еще больше. Уверена, скоро ситуация изменится к лучшему и мы все начнем заботиться о тех, кто в этом нуждается. Сейчас помощь чаще всего получается общей, организовать персонифицированную помощь в рамках всего государства мы пока не можем. А ведь каждый человек хочет получить индивидуальную заботу и внимание. Очень важно помогать пожилым людям для нас самих. Это, прежде всего, прекрасная возможность почувствовать себя добрыми и великодушными, а также получить энергию.

Что сегодня можно сделать, чтобы старость была если не в радость, то хотя бы с чувством собственного достоинства? Достоинство, конечно, внутри, но без помощи извне сохранять его все труднее.

Особое внимание следует уделить работе по вовлечению пожилых людей в общественно полезный труд.

Второй важный аспект – сформировать у молодого поколения уважительное отношение к старости. Надо объяснять, что **как ты сам относишься к пожилым людям, так будут относиться и к тебе.**

Мне кажется очень полезным опыт, когда дома престарелых объединяют с приютами для детей. Такой пример вызывает у меня интерес и восхищение.

Пример:

«Это лучшая идея за последние десятилетия!» – говорят местные жители. Речь идет об удивительном доме в Сиэттле, штат Вашингтон. Здесь под одной крышей находятся детский садик и дом для престарелых.

Providence Mount St. Vincent вмещает 400 пожилых жителей, а также несколько десятков детишек, которые стали частью программы Международного Обучающего Центра (ILC). С 1991 г. компания ILC старается дать возможность детям и взрослым взаимодействовать друг с другом. Пять дней в неделю малыши приходят в гости к старшему поколению, чтобы вместе заниматься музыкой, танцами, искусством, рассказывать друг другу истории, готовить обед и делать еще много других увлекательных вещей. У детей, таким образом, оказывается много любящих бабушек и дедушек, они лучше понимают процессы взросления и старения, а пожилые жители центра вновь чувствуют свою нужность, востребованность, они рады поделиться своим опытом и любовью.

Это заведение стало центральной темой в документальном фильме Present Perfect Эвана Бриггса (Evan Briggs), рассказывающем о взрослении и старении в Америке. «Съемки фильма в этом удивительном доме позволили мне посмотреть новыми глазами на то, как такие разные поколения, разъединенные пропастью лет, стали единым целым, одним обществом. Знакомясь с потрясающими жителями Providence Mount, я понял, как много мы все теряем, оставляя этих пожилых людей доживать свои дни в одиночестве».

Как рассказал режиссер Бриггс, пожилые жители дома «претерпели полную трансформацию в присутствии детей. Перед тем, как дети входят в комнату, старики выглядят полуживыми, пребывают в полудреме. Совершенно депрессивное зрелище. И вот заходят дети для урока искусства или музыки, или для того, чтобы сделать бутерброды для бездомных, ну или какой еще там проект у них в этот день – и пожилые люди вдруг оживают, а энергия бьет из них ключом!»

Давайте начнем сегодня делать то, что мы можем. Поговорим со своими старшими (читай старыми) родственниками и знакомыми, скажем им о своей любви. Поблагодарим за все, чему они нас научили и о чем заставили думать. Съездим к незнакомым в дом престарелых и просто посмотрим на них. Думаю, тогда вам захочется что-то лично привнести в их жизнь.

Помощь пожилым: «колоссальные дивиденды при минимальных вкладах»

12 апреля состоялась первая общероссийская конференция «Компании – старшему поколению. Вдохновляющие корпоративные практики», организованная Центром развития филантропии «Сопричастность» и Клубом корпоративных филантропов.
Степень развития государства и здоровья общества измеряется отношением к детям и старикам. В нашей стране чаще всего обделены вниманием пенсионеры, количество которых превысило 40 млн (для сравнения: количество людей трудоспособного возраста составляет по данным Росстата около 82 млн). В этой тенденции мы приближаемся к уровню развитых европейских государств, но по индексу счастливой старости наша страна находится на 65-м (из 96) месте.

Сложную и очень важную тему влияния отношения к старшему поколению на жизнеспособность нации подняла директор Института психогенетики и эффективного поведения, преподаватель РАНХиГС **Людмила МОСИНА.** С возрастом способность создавать оптимальные условия собственной жизни и жизни тех, кто нам дорог, может снижаться. У молодежи есть возможность проявить заботу и помочь в создании условий для старшего поколения. Витальность нации при этом возрастает на порядок.

Эксперт выделяет два подхода к заботе о людях «серебряного возраста»: функциональный и ценностный. При первом мы реагируем на заявленные потребности (оплатить лекарство, перевести деньги на операцию и т.п.). Второй подход характеризуется инвестициями и поддержкой проектов, направленных на самореализацию людей этой возрастной категории с использованием их опыта и возможностей. Также ценностный подход решает проблемы воспитания молодого поколения в уважении к старшим.

Выступающая классифицирует пожилых людей на наблюдателей, философов, критиков и стратегов. Последние – самая активная и передовая группа, легко принимающая перемены, новые реалии жизни и времени (таких людей в нашей стране около 15%).

Людмила Мосина называет четыре источника жизненной силы: полноценная работа, полноценное развлечение, полноценное обучение, полноценный отдых. Пожилые люди чаще всего теряют первый источник. Переключив внимание на личностный рост и работу над собой, они получат возможность развиваться. Важная задача — объяснить им это и поддержать.

Александра БРОННИКОВА, руководитель направления маркетинговых и корпоративных исследований ЦЕССИ, проанализировала и сравнила уровень жизни пенсионеров в России и странах Европы: «Пожилые люди отчуждены от остального общества, в то время как в России, как и во всех других странах Европы, их число постоянно растет».

Институт сравнительных социальных исследований, занимаясь изучением старости два последних десятилетия, выявил основные тенденции:

1) Ощущение старости в России наступает в среднем в 64 года (различия в восприятии границ между людьми разных возрастов довольно существенны).

2) Коммуникации и взаимодействия пожилых за пределами семьи в России довольно ограничены (лишь у чуть более трети 50-летних, пятой части 60-летних и 17% 70-летних есть друзья молодого возраста, в то время как в европейских странах у всех старших возрастных групп

дружеское общение с молодыми в несколько раз выше).

3) Включенность пожилых в активную социальную деятельность вне семьи очень ограничена. Это при том, что каждый имеет огромный профессиональный и социальный опыт и знания, многие полны сил, здоровья и желания начать новую страницу в своей жизни.

Исходя из этого, выступающая отмечает три перспективных направления:

Первое – создание возможностей для пожилых людей активнее участвовать в социально-полезной деятельности. Таким образом, хотя бы отчасти, решается проблема одиночества и социальной исключенности. Вовлечение в активную жизнь людей «серебряного возраста» может улучшить качество и увеличить продолжительность их жизни, а также придать уверенность в завтрашнем дне. Эта вовлеченность отразится и на качестве жизни в обществе в целом: пожилые могут быть наставниками для детей в кружках, оказывать помощь благотворительным и другим организациям в местном сообществе.

Второе – помощь в поддержании физического здоровья, включая организацию спортивных команд для пожилых, освоение новых видов спорта, а также распространение информации о здоровом образе жизни.

Третье – формирование справедливого и позитивного образа старости и пожилого человека. Довольно сильно распространена дискриминация людей по возрасту как в межличностных отношениях, так и на рынке труда, в государственных органах, включая здравоохранение. Показать людей этой возрастной категории не как обузу и бремя, а как созидательную силу – наша общая задача.

Компании долгое время не уделяли этому внимания. В последнее время ситуация меняется. Коммерческие структуры, видя, что проблема достигла национального уровня, включают проекты поддержки пожилых людей в стратегию социальной ответственности, используя как традиционные, так и новаторские практики.

Возрастающую активность бизнеса в помощи этой возрастной категории подтвердила член Общественной палаты РФ, директор Агентства социальной информации **Елена ТОПОЛЕВА-СОЛДУНОВА.** Она отметила: «Только совместными солидарными намерениями и действиями общества, власти, бизнеса и СМИ можно изменить отношение к старшему поколению и улучшить качество жизни пожилых людей. Такая тенденция стала проявляться в последнее время. Главное – ее не утерять, а, наоборот, развить и усилить».

Директор Департамента социального развития и инноваций Министерства экономического развития Российской Федерации **Артем ШАДРИН** обращает внимание на проекты, направленные на поддержку людей старшего возраста, реализуемые на федеральном и региональном уровнях. Бюджетное финансирование на оказание социальных услуг пожилым имеют возможность получить не только бюджетные учреждения, но и некоммерческие неправительственные организации, а также частный бизнес.

О том, как это межсекторное партнерство реализуется в столице, рассказывает заместитель начальника управления организации социального обслуживания, начальник отдела организации оказания социального обслуживания Департамента социальной защиты населения города Москвы **Александр ЯКОВЛЕВ:** «С 2012 года мы начали заключать договоры с коммерческими организациями на размещение на базе их пансионов наших клиентов – получателей социальных услуг». Существует два пути сотрудничества между департаментом и организациями (как коммерческими, так и некоммерческими). Они могут получить статус поставщика социальных услуг, зарегистрировавшись в соответствующем Реестре, и таким образом получить субсидию на компенсацию затрат, или же принять участие в конкурсе субсидий.

Социальное партнерство – современная модель взаимодействия и согласования интересов органов власти, бизнеса и общественных организаций – активно используется и в других регионах. О конкурсе благотворительных и социальных проектов «ОМК-Партнерство» в Москве, Республике Башкортостан, Пермском крае, Челябинской области и Нижегородской области и о масштабном ежегодном благотворительном проекте «Бале Победителей» рассказывает **Ольга МИРОНОВА,** руководитель спонсорских и благотворительных проектов ОМК. Поддержка пожилых людей является одним из приоритетных направлений социальных программ компании. Всего с 2012 по 2016 гг. на благотворительные программы для ветеранов в регионах присутствия ОМК выделила 44 млн рублей, а затраты на неработающих пенсионеров и ветеранов в 2014-2015 годы составили более 140 млн руб.

В проектах «Серебряный возраст – жизнь продолжается», «Заботливые внуки», «Диабет. Жизнь без границ», «Третьему возрасту богатую духовную жизнь» люди старшего возраста не только благополучатели помощи, но и организаторы, равноправные участники.

Механизм социального партнерства используют и другие компании. Так, управляющий по взаимодействию с общественными организациями и корпоративными благотворительными программами «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» **Елена КИЯНОВА,** представляя образовательную программу обучения компьютерной грамотности людей пожилого возраста и инвалидов «Статус: Онлайн», отметила: «В последние годы проблема социальной и информационной изоляции пенсионеров становится все более актуальной. Для них чрезвычайно важно оставаться в контакте с родными и близкими, чувствовать свою связь с молодым поколением, получить шанс на трудоустройство или сохранить работу». Умение пользоваться современными технологиями улучшает качество их жизни и позволяет решать повседневные вопросы – от общения в социальных сетях до проведе-

ния коммунальных платежей и использования государственных услуг онлайн.

Компания совместно с фондом КАФ реализует программу «Статус: Онлайн» с 2013 года в 14 регионах. Обучение прошли уже более 12 500 человек. Новые знания позволили пожилым людям найти работу и даже заняться предпринимательством. Поэтому в 2015 г. в проект были включены элементы финансовой и юридической грамотности. Многие студенты теперь работают тренерами-волонтерами, обучая других.

Менеджер по устойчивому развитию Алкоа Россия, координатор программ Фонда Алкоа **Галина ГРИГОРЬЕВА** поделилась опытом поддержки ветеранов завода компании в Самаре. Эта работа ведется заводским благотворительным фондом «Металлург». Также была представлена программа «Театральный маршрут» Фонда Алкоа, в которой наравне с ветеранами завода участвуют другие представители сообщества. Она направлена на уменьшение социальной изолированности пожилых людей путем включения их в культурную жизнь.

Елена БОНДАРЧУК, менеджер программ фонда «Устойчивое развитие», в партнерстве с которым реализуется программа, рассказала о компонентах «Театрального маршрута». Проект дает возможность познакомиться с лучшими театральными постановками в различных жанрах, общаться с театральными деятелями своего города, а также с ровесниками и другими участниками. Организованный трансфер значительно увеличивает доступность программы для пожилых людей. Было отмечено, что СМИ проявили проактивную позицию в освещении проекта.

Руководитель отдела по социальным проектам «Нестле» в России и Евразии **Ольга ПРОХОДА** и ассистент регионального офиса в филиале компании в Ростове-на-Дону **Елена СУХОВА** рассказали о партнерстве ростовского филиала «Нестле» и фонда «Старость в радость». Волонтеры организаций совместно заботятся о стариках, организуя визиты с подарками, театрализованными представлениями, музыкой, танцами, поздравлениями к праздникам и просто живым общением. Главная цель сотрудничества – дать почувствовать людям, живущим в домах инвалидов, ветеранов, престарелых, что они не одинокие и забытые всеми, а кому-то нужны.

Поездки в дома престарелых стали доброй традицией в компании, сотрудники которой регулярно посещают 13 стационарных учреждений социального обслуживания. Около тысячи бабушек и дедушек называют их внуками.

Корпоративные волонтеры пишут письма и отправляют поздравительные открытки подопечным домов престарелых в Ростовской области. К ним присоединяются сотрудники из Ростова-на-Дону, коллеги из региона Кавказские Минеральные Воды, Краснодара, Ставрополя, Волгограда, других городов Южного федерального округа.

Менеджер по гарантиям и льготам АО «Северсталь Менеджмент» **Михаил ОШУРКОВ** представил благотворительный фонд «Благо», учрежденный двумя крупнейшими предприятиями Череповца – ПАО «Северсталь» и «Северсталь-Метиз», в работу которого вовлечены Совет ветеранов и администрация компании, а также администрация города, и местные сообщества. На учете в Совете на 1 февраля 2016 года состоит 23 150 пенсионеров, что составляет более 1/4 пенсионеров всего Череповца.

Деятельность фонда «Благо» направлена на материальную и медицинскую поддержку ветеранов, организацию горячего питания, помощь в оформлении документов, обучение компьютерной грамотности, психологические тренинги, кружки народного творчества, скандинавскую ходьбу.

Не требующие значительных финансовых затрат, эти инициативы позитивно воспринимаются старшим поколением. Вовлеченность ветеранов в центры полезной активности многократно выросла за последние годы.

Постоянный диалог и партнерство бизнеса, власти и НКО в работе с ветеранами приносит положительный эффект как репутации компании, так и социальной стабильности в регионе. «Люди, как у нас их называют, «золотого» возраста, силой своих традиций и своей энергией вдохновляют нас на добрые дела», – отметил Михаил Ошурков.

Международный опыт корпоративной социальной ответственности в области помощи пожилым представила директор по связям с общественностью ЗАО «Ферреро Руссия» **Марина ТАТАРСКАЯ.** Фонд Ferrero, президентом которого является г-жа Мария Франка Ферреро, основан в 1983 году в небольшом городе Альба (Италия) для поддержки пенсионеров компании.

Фонд располагается в современном архитектурном комплексе, способном ежедневно принимать до 3500 человек – пенсионеров компании и их супругов, предлагая им места для активного досуга: ручного труда, изготовления керамики, фотографии, вышивки, занятий физкультурой, музыкальных занятий, рисования и живописи, компьютерных курсов, иностранных языков и других образовательных программ, настольных игр. В здании фонда имеется конференц-зал, библиотека, помещения для медицинских и клинических консультаций. Есть даже сад и огород, где работают любители покопаться в земле, и детский сад для детей сотрудников, где ветераны помогают воспитателям как волонтеры. Также для них организуются поездки на природу, занятия хоровым пением, группы для совместных занятий с внуками, встречи с шеф-поварами, кулинарные курсы и другие мероприятия.

Комплекс является культурным центром региона, на художественные выставки съезжается посетителей втрое больше, чем население Альбы.

Фонд Ferrero предлагает пожилым людям социаль-

ную и медицинскую поддержку, дает им возможность быть более активными, развивать отношения с другими людьми, заниматься культурной деятельностью, оказывая при этом положительное воздействие на местное сообщество в целом.

Важность продления трудовой жизни сотрудников старшего поколения аргументировал первый заместитель исполнительного директора Ассоциации Менеджеров, заместитель председателя комиссии по развитию гражданского общества Общественной палаты Москвы **Вадим КОВАЛЕВ:** «В 2017 году этот вопрос станет актуальным, так как наша страна достигнет дна демографической ямы. Бизнес будет вынужден прикладывать максимум усилий для того, чтобы сотрудники оставались трудоспособными как можно дольше». Вовлечение людей старшего возраста в программы наставничества и корпоративного волонтерства – хороший способ продлить их активность, а также увеличить показатели бизнеса.

Директор фонда помощи инвалидам и пожилым людям, проживающим в домах престарелых и сельских больницах «Старость в радость» **Елизавета ОЛЕСКИНА** акцентировала внимание на том, что помощь пожилым дает колоссальные дивиденды при минимальных вкладах, позволяя каждому почувствовать себя максимально нужным, полезным и успешным. А визит к людям старшего возраста может легко заменить тренинг по командообразованию.

«Эта помощь благодарная и выгодная – вкладываешь мало, получаешь много. Нам нужны не бюджеты компаний, а горячие милосердные сердца их сотрудников, – уверена директор фонда. – Если время не позволяет отправиться в дальнее путешествие, пошлите бабушке открытку с добрыми словами. Обоюдное общение позволяет нам взглянуть по-другому на свою жизнь и понять, насколько мы постыдно, позорно счастливы. И мы часто чувствуем себя несчастными при возможности ходить, бегать, нормально дышать, видеть солнце, выбирать то, что мы хотим, а старики лишены всего этого».

Разговор о том, как достичь заметных результатов и при скромном финансовом вкладе продолжила директор фонда «Добрый город Петербург» **Дарья БУЯНОВА.** Она привела кейсы малобюджетных и даже волонтерских проектов с социальным эффектом, а также продемонстрировала, как эти проекты могут перерасти в масштабную комплексную программу, в которой пожилые люди из пассивных «получателей зефира» превращаются в активных участников.

Председатель попечительского совета АНОСАП «Серебряный возраст» **Евгений МАЧНЕВ** обратил внимание на то, что радость от свободы после выхода на пенсию, проходит через месяц, потом наступают разочарование, депрессия. Людей нужно поддержать именно в этот момент. Но и работающему пенсионеру вполне может найтись место и в обществе, и на производстве.

«У ветеранов масса плюсов: это мудрость и опыт, внимательность, умение работать с людьми и радоваться чужому успеху, – отметил Евгений Мачнев. – Здоровье не всегда позволяет им выполнять управленческие функции, но они вполне подходят для внутреннего тренерства, которым сейчас занимаются преимущественно молодые, или для ведения психологических тренингов. Это позволит сохранить как климат на работе, так и репутацию социально ответственной компании».

Многие компании оказывают социальным учреждениям и благотворительным фондам помощь в виде «про боно», в виде затрат времени своих сотрудников. Профессиональные знания и человеческие качества сотрудников бесценны в таких программах, на них строится корпоративное волонтерство. В этом смысле КСО, построенное на привлечении опыта пожилых, становится настоящей корпоративной (потому что корпорация это делает сама) социальной (потому что это изменение социального ландшафта) ответственностью (потому что к своим благополучателям бизнес относится ответственно и уважительно).

Евгений рассказал о программе университета «Серебряный возраст», где есть обучающие курсы компьютерной грамотности, графики и дизайна, экономической и юридической грамотности, английского языка и другим специальностям. Возрастные студенты могут обучиться даже такому редкому предмету, как петербурговедение, получить новую и очень востребованную профессию – гида по Петербургу. Потом они ведут экскурсии по городу и зарабатывают реальные деньги. У работающих пенсионеров повышается статус, меняется менталитет, они приобретают активную жизненную позицию.

Татьяна АКИМОВА, исполнительный директор регионального благотворительного фонда «Самарская губерния», заметила, что для наибольшего эффекта в развитии поддержки старшего поколения необходимо объединение сил, которое дает общее видение проблемы, облегчает поиск решений и позволяет скоординировать ресурсы.

Начальник отдела по организационно-экономическому обеспечению социально значимых проектов и благотворительной деятельности Комитета общественных связей Москвы **Елена ЖУРАВЛЕВА** рассказала о помощи КОС столичным некоммерческим организациям. Это информационная поддержка, включающая доступ к социальной рекламе, ресурсный центр, в котором НКО могут получить помещение для организации своих мероприятий или офисы для работы сотрудников и волонтеров. Она также рассказала о конкурсе субсидий Правительства Москвы для социально ориентированных НКО и выразила надежду на то, что число проектов, направленных на помощь пожилым, будет увеличиваться.

Арсений Леонидович Шульц «Джаз».
Бумага, тушь.
1930-1931

По традиции десять победителей конкурса НКО представили свои проекты. Это:

- **«Одинокие старики. Кобрендинг в благотворительности»** Социального гериатрического центра «Опека», направленный на удовлетворение потребностей в социальных услугах одиноких пожилых людей с ограниченными возможностями к самообслуживанию;
- **Онлайн-сервис «Старость – наше настоящее будущее!»** инициативной группы позволяет людям и компаниям находить адресатов благотворительной помощи;
- **«ДеДский сад для взрослых»** от инициативной группы центр дневного пребывания для пожилых;
- **«Активное поколение»** благотворительного фонда «Добрый город Петербург» – конкурс социальных проектов, улучшающих жизнь пожилых людей;
- **«Подарим Жизнь Родителям!»** Ассоциации спортивных и практических психологов направленным на стимулирование активного долголетия;
- **«Социальная игра “Город Изменений”»** Центра Развития Добровольчества – через социальную игру «серебряные волонтеры» облагораживают городское пространство;
- **«Служба патронажной помощи и социальной поддержки»** Православной службы помощи «Милосердие»;
- **«Тестировщик – суперстар»** проекта «Баба-Деда» по обучению людей предпенсионного и пенсионного возраста новой профессии в ИТ: желаемый результат – трудоустройство выпускников проекта в компаниях уровня Яндекс и Мейл.ру;
- **«Школа здоровья»** РООИ «Здоровье человека» для пенсионеров по профилактике заболеваний и поддержке здорового образа жизни;
- **«Старость в радость»** одноименного благотворительного фонда: организация волонтерских поездок, концертов и «субботников» в домах престарелых.

Участники выразили надежду, что конференция на тему взаимодействия бизнеса и НКО в помощи пожилым станет ежегодной.

Партнеры конференции – компании ОМК, Алкоа, ЮниКредит Банк. Информационные партнеры – РИА Новости, Ассоциация менеджеров, журналы «Эксперт», «Устойчивый бизнес», «Бизнес и общество», Агентство социальной информации, порталы «Филантроп», «Милосердие».

КОРПОРАТИВНЫЕ ВОЛОНТЕРЫ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА РЕШИЛИ ОБЪЕДИНИТЬСЯ

В Санкт-Петербурге состоялась конференция «Корпоративное волонтерство», организаторами которой выступили Комитет по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями Правительства Санкт-Петербурга, Ассоциация менеджеров (АМ) и Национальный совет по корпоративному волонтерству (НСКВ).

Первый заместитель председателя Комитета по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями Константин Загородников подчеркнул, что корпоративное волонтерство крайне эффективно с точки зрения работы с персоналом – сотрудники приобретают новые навыки и становятся более лояльными к своей компании.

В дискуссии приняли участие председатель Комитета по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями Санкт-Петербурга Рената Абдулина, директор департамента социальной политики ГМК «Норильский никель» Светлана Ивченко, управляющий по взаимодействию с общественными организациями и корпоративным благотворительным программам компании Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг Елена Киянова, исполнительный директор Центра социальных программ ОК РУСАЛ Анастасия Савельева, директор Head Hunter Северо-Запад Юлия Сахарова, телеведущая Виктория Лопырева, председатель Совета Ассоциации волонтерских центров Татьяна Гомзякова и другие.

Участники поделились практиками корпоративного волонтерства, представили предварительные результаты исследования корпоративного волонтерства в России, инициированного компаниями Норильский никель, РУСАЛ и YUM!. Также во время дискуссии обсудили вопросы мотивации волонтеров и дальнейшие возможности развития корпоративного волонтерства в Северо-Западном Федеральном Округе. На встрече была выдвинута инициатива по созданию филиала НСКВ в Санкт-Петербурге. Представители многих компании высказали готовность участвовать в его деятельности.

Рената Абдулина, председатель Комитета по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями отметила важность объединения сотрудников, реальное желание администрации поддерживать различные программы корпоративного волонтерства в Санкт-Петербурге, лично помогать, а также важность прозрачного сотрудничества при реализации партнерских программ.

В рамках конференции состоялись две тематические секции – «Первые шаги» в корпоративном волонтерстве – как запустить в компании программу корпоративного волонтерства и с каких направлений начинать?». Секция 2 была посвящена обсуждению «ручного» и skill-based корпоративного волонтерства.

СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННЫХ БИЗНЕСМЕНОВ РОССИИ НАГРАДИЛИ ПРЕМИЕЙ «БЛАГОЕ ДЕЛО»

В «Деловой России» состоялась торжественная церемония награждения премией «Благое дело», приуроченная к Всероссийскому дню предпринимательства. Восемь проектов стали лауреатами предпринимательской премии Комитета «Деловой России» по социальной ответственности бизнеса, меценатству и благотворительности. Основана премия была в 2007 г. Борисом Титовым.

Всероссийская Премия «Благое дело» – первая российская премия, инициированная и присуждаемая самим деловым сообществом, за добровольный вклад российских предпринимателей несырьевого сектора экономики в устойчивое развитие не только собственного бизнеса, но и общества в целом.

На соискание премии в 2016 г. было подано 163 заявки от предпринимателей-членов «Деловой России». В результате отбора проектов были определены лауреаты в 8 номинациях из 30 российских регионов.

Заявленные проекты касались разнообразных тем и направлений КСО таких, как трудовые практики, защита интересов и взаимодействие с потребителями продукции и услуг, вовлечение в развитие сообществ, защита окружающей среды.

Были учреждены специальные номинации от попечительского, регионального и экспертного советов. После отбора и для популяризации проектов номинантов оргкомитетом была выдвинута специальная номинация «народное голосование». В течение двух недель любой желающий интернет-пользователь мог зайти на официальный сайт премии и проголосовать за понравившийся проект. В итоге, выбирая «народного лауреата», проголосовало более 40 тыс. человек.

АФК «СИСТЕМА» ИНВЕСТИРОВАЛА В СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ 4,5 МЛРД РУБЛЕЙ

ОАО АФК «Система» впервые подготовила Отчет об устойчивом развитии на основе последней версии международного стандарта GRI G4 и прошла процедуру общественного заверения в Совете по нефинансовой отчетности РСПП.

В Отчете представлены цели и достижения компании в области КСО, включая благотворительную деятельность. Сумма социальных инвестиций за 3 года составила около 4,5 млрд руб., в т.ч. порядка 1 млрд руб. в 2014 г., из которых 48% было направлено на внешние КСО и благотворительные программы, 30% – на внутренние социальные программы и 22% – на общекорпоративные проекты, реализуемые Благотворительным фондом «Система», включая флагманскую всероссийскую программу по поддержке талантливой молодежи «Лифт в будущее».

Отчет об устойчивом развитии АФК «Система» за 2014 г. стал вторым нефинансовым отчетом корпорации, подготовленным с учетом Руководства по отчетности в области устойчивого развития Глобальной инициативы по отчетности GRI. Ключевыми темами Отчета в этом году стали подходы к управлению существенными аспектами устойчивого развития в АФК «Система» и лучшие практики ее дочерних и зависимых компаний в области социальной и экологической ответственности. В этом году была впервые проведена независимая оценка отчета в совете по нефинансовой отчетности РСПП.

Одним из ключевых направлений КСО в рамках программы «Лифт в будущее» было проведение 4 межрегиональных научно-образовательные школ в Башкирии, Смоленской, Владимирской областях и Подмосковье, в которых прошло обучение около 900 человек (вдвое больше, чем в 2012-13 гг.). Общая аудитория программы с момента запуска достигла 150 тыс. школьников, педагогов, студентов, молодых ученых и специалистов, которым предоставляются разнообразные возможности для всестороннего развития, профориентации и внедрения инновационных проектов.

Особое внимание в Отчете уделено развитию внутрикорпоративной культуры и волонтерского движения, в которое вовлечена значительная часть сотрудников. Доля участников добровольческой деятельности в среднем по группе компаний выросла в 2,5 раза по сравнению с 2013 г. и составила более 4% от общей численности персонала. Волонтерский центр БФ «Система», созданный в июне 2014 г., организовал 52 акции, направленные на помощь детям сиротам, пожилым людям, ветеранам, инвалидам, детям из многодетных и малообеспеченных семей. В его работе приняло участие около 2 тыс. сотрудников корпорации и 11 социальных партнеров, которые оказали поддержку более чем 4 тыс. благополучателей.

ФОРУМ ДОНОРОВ ПРЕДСТАВИЛ ЕЖЕГОДНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

В Общественной палате РФ в формате дискуссии состоялась презентация доклада Форума Доноров (ФД) – пятого исследования состояния и развития фондов в России.

О состоянии и развитии фондов в России рассказывала председатель Совета ФД Оксана Орачева. Популярными направлениями поддержки являются образование/просвещение (85%), социально уязвимые группы (58%), развитие НКО (53%), здравоохранение (50%) и наука (49%). Сильнее всего на сектор влияют законодательные и экономические факторы, а также повышение доверия граждан. Пути решения: развитие партнерства на разных уровнях, работа над повышением доверия к благотворительным фондам и поиск новых направлений. Главными ресурсами названы общественная и государственная поддержка, финансы, технологии, и профессионализация сектора.

Блок «Оценка в донорских организациях: практика, уроки, вызовы» представляла руководитель программ ФД Ирина Ефремова-Гарт. Является ли оценка одним из инструментов проектного управления; в какой степени фонды готовы вкладываться в развитие оценочного потенциала своих организаций и организаций-благополучателей – на эти и другие вопросы в рамках исследования ответили 58 руководителей организаций — участников проекта «Карта донорской активности ».

Елена Темичева, главный редактор АСИ, презентовала раздел «Благотворительность глазами СМИ». Контент-анализ СМИ в 2015 г. продемонстрировал рост публикаций о благотворительных фондах более чем на 20%, а упоминаний фондов – на 30%. Интерес к теме у журналистов продолжает расти. Доля публикаций о благотворительности в интернете выросла еще на 9 % по сравнению с 2014 г. Также выросли показатели доли публикаций о мотивах благотворительной деятельности, вдвое увеличилось количество текстов об участии бизнеса в благотворительности.

«Тенденции и прогнозы развития», заключительный блок Доклада представила директор АНО «Благосфера» Наталья Каминарская. Из сохраняющихся на протяжении последних лет тенденций отмечен продолжающийся рост патриотических инициатив, расширение краудфандинга, активность государства в некоммерческом секторе и запрос на профессиональные кадры в сфере благотворительности. Рост корпоративного волонтерства, поддержка и создание комфортной среды стали

необходимой частью благотворительности бизнеса и катализатором увеличения усилий для развития сектора. Среди прогнозов в качестве основных выделены создание партнерств и дальнейшее развитие профессиональных сообществ.

КОМПАНИИ АЛИШЕРА УСМАНОВА ВЫСТУПИЛИ ОРГАНИЗАТОРАМИ КОНФЕРЕНЦИИ ДЛЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ФОНДОВ «ДОБРО»

Металлоинвест, Добро Mail.Ru (Mail.Ru Group), «МегаФон», USMHoldings и фонд «Искусство, наука и спорт» провели конференцию «Добро 2016» в офисе Mail.Ru Group.

В этом году конференция была посвящена возможностям профессионального развития благотворительных фондов. В числе главных задач – обмен лучшими практиками в области фандрайзинга, управления некоммерческими организациями и взаимодействия с бизнесом. Для представителей НКО впервые провели Digital Day: рассмотрены эффективные инструменты и лучшие практики в digital-сфере, а представители социальных сетей ВКонтакте и Одноклассники дали рекомендации, как эффективно вести группы и создавать партнерские проекты в условиях ограниченных бюджетов.

«Мы понимаем, что НКО – это источник повышения эффективности и источник инноваций в решении социальных задач, надежный партнер бизнеса и государства. Компании Металлоинвест, МегаФон и Mail.Ru Group объединены не только рамками одного холдинга USM Holdings, но, прежде всего, едиными ценностями и пониманием своей миссии и целей в сфере развития благотворительности в России, которые определяют и продвигают акционеры и менеджмент, – отметила директор по социальной политике и корпоративным коммуникациям УК «Металлоинвест» Юлия Мазанова. – Именно поэтому, уже во второй раз мы вместе проводим конференцию «Добро». Мы искренне уверены, что она станет эффективной и полезной площадкой для обмена опытом, обучения новым технологиям и навыков, ресурсом для взаимодействия руководителей некоммерческого сектора с бизнесом».

Организованная Металлоинвестом в прошлом году первая образовательная конференция «Добро», собрала более 140 участников, которые поделились своими знаниями и опытом в благотворительной и социальной сфере, а также обсудили современные тенденции развития некоммерческого сектора.

«КАК НУЖНО ПОМОГАТЬ?»: ДЕТСКАЯ ДЕРЕВНЯ-SOS ТОМИЛИНО ПРИНИМАЛА ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ БИЗНЕСА

На бизнес-ланче «Как нужно помогать? Корпоративная социальная ответственность в России. Опыт международных и российских компаний» в Детской деревне-SOS Томилино компании обсудили корпоративное участие в решении социальных проблем, в том числе, через благотворительные фонды.

Среди вопросов для обсуждения были: Кому помогать? Как выбрать сферу благотворительности и благотворительный фонд? Как помогать? Пожертвования, услуги probono, подарки, волонтерские акции? Как привлечь внимание СМИ к благотворительной акции? Каковы ожидания коммерческих организаций от фонда-партнера?

Спикеры мероприятия – друзья и партнеры «Детских деревень-SOS», имеющие опыт поддержки благотворительных фондов и организаций, делились своими знаниями с представителями организаций, которые занимаются вопросами КСО.

Примеры проектов представили: P&G (комплексный долгосрочный проект, включающий финансовую поддержку, волонтерские проекты, а также проведение благотворительной акции в магазинах «ÓKей»); Hasbro (долгосрочный проект, включающий финансовую поддержку, мероприятия для детей в Детских деревнях и акцию «Играя, помогай» в сети магазинов «Детский мир»); HENDERSON (благотворительная акция по отчислению 10% от продажи подарочной упаковки в период с ноября 2015 по март 2016 гг. во всех салонах сети в помощь «Детским деревням – SOS»); Sandoz (целевое финансирование на установку системы видеонаблюдения в Детской деревне – SOS Кандалакша).

Во время небольшой экскурсии по Детской деревне гости смогли познакомиться с семьями и узнать о том, как устроен их быт, как планируется бюджет, как приходят дети, как помогают выпускникам, как семьи организовывают свой досуг, как деревня интегрирована в общество.

Детей и взрослых угощал пиццей «Сбарро», ресторанный холдинг «Г.М.Р. Планета Гостеприимства», соки предоставила компания «Мултон». В бизнес-ланче приняли участие представители компаний Rehau, Mint, P&G, Nielsen, HENDERSON, Coca-Cola Hellenic, DPD, Hasbro, Vaillant, Sandoz и др.

ЭКСПЕРТЫ ОБСУДИЛИ РЕЙТИНГИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

В РСПП в рамках круглого стола состоялось заседание комитета РСПП «Индексы и рейтинги устойчивого развития и корпоративной ответственности: опыт оценки и развитие инструментария».

Председатель комитета, член бюро правления РСПП Давид Якобашвили, управляющий директор по корпоративной ответственности, устойчивому развитию и социальному предпринимательству РСПП Елена Феоктистова, руководитель проектной группы по индексам комитета РСПП по КСО и демографической политике Наталья Хонякова и независимый эксперт, член совета РСПП по нефинансовой отчетности Любовь Аленичева представили презентации второго выпуска индексов РСПП «Ответственность и открытость» и «Вектор устойчивого развития».

Директор практики по оказанию услуг в области устойчивого развития PwC в России Елена Дубовицкая, директор Департамента социальной политики ПАО «ГМК «Норильский никель» Светлана Ивченко и начальник лаборатории социологических, психологических исследований и анализа ПАО «Нижнекамскнефтехим» Ирина Нотфуллина обсудили результаты анализа деятельности лидеров российского бизнеса в области корпоративной ответственности и устойчивого развития (УР) на основе оценки публичной отчетности за 2015 г. и текущее развитие информационной открытости компаний, независимой оценки и методических подходах к составлению индексов УР.

Выступающие подчеркнули, что качество и объем открытой информации российских компаний стали выше и больше, но необходимость привлечения новых компаний в развитие публичной отчетности все еще остается актуальной.

При обсуждении перспектив базовых принципов, подходов экологического рейтинга, а также формирования понимания его сути и целей эксперты отметили, что рейтинги являются инструментом независимой оценки, помогающим бизнесу и власти определять проблемы и уточнять экологически безопасные направления социально-экономического развития.

Директор по природоохранной политике WWF России Евгений Шварц, директор по развитию бизнеса НРА Светлана Каневская и директор «Интерфакс-ЭРА» Александр Мартынов акцентировали внимание на ответственности тех, кто проводит оценку возможностей использования различных рейтингов и индексов на принципах взаимодополняемости и непротиворечивости. Представители экологических организаций указали на необходимость обеспечения открытости информации: остаются компании, которые не предоставляют полную информацию на своих сайтах.

Участники дискуссии высказались за необходимость объединения усилий в развитии рейтингов устойчивого развития, привлечения новых компаний в их составлении, а также проведения консультаций о повышении доверия к ним.

Было решено продолжить работу по выпуску индексов «Ответственность и открытость» и «Вектор устойчивого развития» и подготовить публикацию Аналитического обзора корпоративных нефинансовых отчетов.

КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ ИСТОРИЯ

Состоялась встреча Национального совета по корпоративному волонтерству (НСКВ) «Социальное корпоративное волонтерство» в Hyundai Motorstudio. Корпоративное волонтерство (КВ) – явление массовое и модное, но мало изученное. По мнению большинства собравшихся, в России приблизительная картина КВ уже сложилась – это вовсе не «игра в одни ворота», а добровольческая деятельность, которая повышает производительность труда, а также формирует лояльность сотрудников к компании и вовлекает их в благотворительность.

Директор по счастью партнеров межрегиональной общественной организации «Игры будущего» Алексей Миняйло рассказал об европейских практиках и исследованиях в области корпоративного волонтерства. Согласно рейтингу Civic 50, 20% КВ связано с приобретением дополнительных навыков сотрудниками и решением ключевых задач самой компании.

Руководитель добровольческого движения «Даниловцы» Юрий Белановский обозначил три направления движения «Даниловцы», в которых могут проявить себя добровольцы. Первое – это помощь при чрезвычайных

ситуациях: срочной и регулярной работы волонтерских команд в больницах и сиротских учреждениях, работа с инвалидами, многодетными семьями, стариками, бездомными, заключенными. Второе – организация жизненного пространства: даниловцы делают благотворительные ремонты, и третье наиболее важное направление – непосредственное человеческое участие: организация творческих, учебных и игровых занятий, общение с бездомными, переписка с заключенными. Свой опыт в решении этих и других проблем даниловцы изложили в книге «Социальное волонтерство. Теория и практика», которую в подарок получили все участники мероприятия.

Директор по связям с общественностью международной волонтерской программы наставничества для детей в трудной жизненной ситуации «Старшие Братья Старшие Сестры» Инна Князева считает, что осознанная добровольческая деятельность, включающая личное общение с подопечными, может изменить ситуацию.

Ксения Давидсон, директор по развитию фонда помощи детям, пережившим онкологические заболевания, «Шередарь» рассказала о бесплатных реабилитационных программах, обучении специалистов и волонтеров. Представители компаний могут оказать огромную помощь фонду, привлекая сотрудников к его деятельности. «По нашей методике на каждого ребенка должен приходиться один волонтер», - уточнила Ксения.

Анастасия Архипова, исполнительный директор D-Group.Social («Душевный базар»), особое внимание уделила преимуществам при взаимодействии с НКО. «Душевный базар» – это, прежде всего, брендированная партнерская площадка, на которой компании презентуют свой продукт и проекты КСО, взаимодействуя с целевой аудиторией. Представители бизнеса развивают культуру корпоративного волонтерства, укрепляют положительную репутацию, строят мост с НКО. КВ способствует увеличению роста социальной активности сотрудников и их семей в обстановке и атмосфере праздника, так как ежегодно «Душевный базар» проводится накануне Нового года.

Старший специалист по социальным проектам Hyundai Motors CIS Татьяна Кубаткина отметила, что компания практически не тратит деньги на волонтерство, но придумывают такие акции, которые позволяют привлечь сотрудников к сбору средств: «Мы сами готовим и сами продаем. Проведя одно мероприятие до Нового года, мы собрали 75 тыс. рублей». Татьяна подчеркнула готовность Hyundai выступать партнерами на различных благотворительных мероприятиях.

Итоги встречи подвел председатель НСКВ Рустам Закиев, пригласив всех участников принять участие в экоквесте «Чистые игры».

AZIMUT HOTELS ЗАПУСКАЕТ «ВРЕМЯ ВАЖНЫХ ДЕЛ»

Компания AZIMUT Hotels совместно с «Фондом борьбы с лейкемией» запустила программу «Время важных дел», в рамках которой планируется участие в различных благотворительных акциях и мероприятиях, направленных на оказание поддержки взрослым людям, больных лейкозом.

В зале «Байкал» AZIMUT Moscow Olympic Hotel участники акции сдали кровь на типирование, т.е. стали частью регистра потенциальных доноров костного мозга, пересадка которого является единственной надеждой для тысяч больных лейкемией.

В этот же день в отеле прошла встреча с директором AZIMUT Hotels Вальтером Нойманном и известным журналистом и благотворителем, членом попечительского совета «Фонда борьбы с лейкемией» Валерием Панюшкиным. Валерий рассказал о деятельности фонда и том, как каждый здоровый житель России может помочь больным лейкемией без ущерба для собственного здоровья.

В нашей стране сейчас только 45 тыс. потенциальных доноров вместо необходимых 4 млн. При вероятности совпадения в среднем 1:10 тыс. – менее 8% больных получают шанс на жизнь. В России нет государственной программы по сдаче крови для донорства костного мозга, но есть крайняя необходимость в создании такого банка крови в России.

В рамках программы «Время важных дел с AZIMUT» планируется участие в благотворительных акциях: забегах «Красная шапка против лейкоза», концертах с участием звезд, флешмобах, а также привлечение ведущих журналистов и блоггеров к участию в благотворительных мероприятиях AZIMUT. Кроме того, в каждом российском отеле сети гость может выбрать номер, выручка от продажи которого пойдет на благотворительность.

ОТ СКЕПТИЧЕСКИХ ВЗГЛЯДОВ ДО ПРОГРЕССИВНОГО ВИДЕНИЯ СИТУАЦИИ

Представители бизнеса, органов власти и академического сообщества собрались в Московской школе управления СКОЛКОВО, чтобы обсудить вектор устойчивого развитияв России. Идеологом мероприятия третий год подряд выступает компания Unilever. А партнерами четырех секционных заседаний стали Ассоциация менеджеров, Содружество производителей фирменных

торговых марок «РусБренд», Ассоциация компаний розничной торговли (АКОРТ) и Экобюро GREENS.

Еще недавно лидеры российского бизнеса смотрели на концепцию устойчивого развития скептически. Чтобы оценить состояние ведущих секторов российской экономики с позиций этой концепции, по инициативе Unilever, International Paper и СКОЛКОВО год назад открылся центр экспертизы в области устойчивого развития (SKOLKOVO Sustainable Business Lab). Одним из результатов его деятельности стал запуск специализированного академического курса, отметил ректор школе управления Андрей Шаронов.

Если у компании есть цель, сопряженная с социально-экономическим развитием, продукция доступна и отвечает ожиданиям потребителя, то она точно встраивается в концепцию. Об этом говорили в школе управления СКОЛКОВО на конференции «Вектор устойчивого развития бизнеса в России 2016» руководители Cargill, Enel Russia, IKEA Centres, JTI, McDonalds, Samsung Electronics, Tetra Pak, X5, 3M, ДИКСИ, Металлоинвест, РУСАЛ, «Северсталь», АФК «Система», Unilever.

Как участники рынка развивают устойчивые бренды, обсудили на секции комитета по КСО Ассоциации менеджеров. Представители компаний рассказали о разных формах взаимодействия системообразующих предприятий с местными сообществами, необходимости построения их доверия к бизнесу, а также вкладе компаний в поддержку социальных инициатив, направленных на улучшение качества жизни людей в регионах присутствия. Начальник управления КСО «Северстали» Наталья Поппель остановилась на взаимодействии и построении эффективного социального партнерства государства, общества, бизнеса и СМИ; Дмитрий Кольчугин, руководитель по внешним коммуникациям АФК «Система», подчеркнул необходимость ответственного инвестирования в развитие регионов присутствия; Лариса Ситникова, менеджер по связям с общественностью Segezha Group отметила необходимость проведения консультаций с заинтересованными сторонами, а также открытое участие в обсуждении экологических вопросов с общественностью, том числе в рамках добровольной сертификации лесного фонда; Наталья Алимова, директор по корпоративным отношениям JTI в Центральной России, осветила лучшие практики компании в области повышения профессиональных компетенций местных жителей, вовлеченности персонала в филантропию; первый заместитель Ассоциации менеджеров Вадим Ковалев добавил, что основными составляющими действительно эффективных коммуникаций являются доверие и вовлеченность.

«ПУТЬ К КАРЬЕРЕ-2016» ДАЕТ ШАНС ИНВАЛИДАМ

В PwC 16 финалистов IX конкурса «Путь к карьере» встретились с работодателями – руководителями крупнейших международных и российских компаний и соревновались за право назваться лучшим. Победители получили множество подарков – от бесплатного обучения до ноутбуков и других гаджетов, но главным призом была стажировка или трудоустройство в компанию своей мечты.

Может ли человек с инвалидностью построить успешную карьеру в компании с мировым именем? Конечно, да! И участники конкурса «Путь к карьере» доказали – получить работу мечты реально, важно знать, как. У каждого из 16 финалистов уже есть несколько предложений

стажировки или трудоустройства от представителей крупнейших компаний, независимо от того, какое место он занял на конкурсе. Это стало возможным благодаря усиленной подготовке: три месяца сотрудники РООИ «Перспектива» и ведущих российских и международных компаний – членов Совета бизнеса по вопросам инвалидности работали с ребятами. За это время ребята узнали секреты успешного трудоустройства, «идеального» собеседования, грамотной самопрезентации, сумели поверить в себя.

Деловые игры, тренинги, мастер-классы от представителей кадровых служб компаний-партнеров были репетициями к финалу конкурса, в который вышли 16 человек (из более чем 60).

История Конкурса началась девять лет назад по инициативе РООИ «Перспектива», год спустя к нему присоединились Microsoft, PwC, EY, KPMG и другие. Денис Роза, директор РООИ «Перспектива»: «Этот конкурс позволяет ломать стереотипы в отношении людей с инвалидностью. Представители бизнес-структур все чаще понимают, что люди с инвалидностью – новый ресурс на трудовом рынке, и что важно смотреть на профессиональные, а не физические возможности особенности человека».

Перед участниками открываются новые двери и новые возможности, но главное – они начинают верить в себя. А это важнейшее условие для каждого шага к успешной карьере.

ДВА РОССИЙСКИХ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ФОНДА СОБРАЛИ 4 547 000 РУБЛЕЙ!

Средства паритетно направлены на поддержку проектов благотворительных фондов «Дом Роналда Макдоналда» и Константина Хабенского. Впервые в России два известнейших благотворительных фонда страны объединились в добром деле: провели закрытый благотворительный показ спектакля «Не покидай свою планету» в московском театре «Современник».

Хамзат Хасбулатов, Председатель правления БФ «Дом Роналда Макдоналда»:

– Нас объединяет общая цель – развитие благотворительности в России. Вместе мы сможем помочь большему числу детей и семей – всем тем, кому так нужна и важна наша поддержка. Фонд Константина Хабенского разделяет нашу позицию – у маленьких детей не должно быть больших проблем.

Константин Хабенский, Народный артист России, основатель одноименного фонда:

– Благотворительность во многом схожа с творчеством: и в том, и в другом случае люди отдают частичку себя, ничего не прося взамен. Актер делится со зрителями своим талантом, вдохновением, а благотворитель делится с теми, кому он помогает, своими возможностями, временем и эмоциями. С фондом «Дом Роналда Макдоналда» мы разделили усилия и собрали средства, которые помогут еще большему количеству детей и семей.

Спектакль «Не покидай свою планету» поставлен по мотивам повести Антуана де Сент-Экзюпери «Маленький принц». Это спектакль-фантазия, объединивший талант драматического артиста, вдохновение и дарование классических музыкантов, необычную сценографию, кинетические объекты и последние достижения в области видеоарта. Все роли в спектакле виртуозно исполнил Константин Хабенский. Вместе с ним на сцене присутствовал лишь камерный ансамбль «Солисты России», за дирижерским пультом был Юрий Башмет.

Благотворительный показ поддержали Банк ВТБ24, компании Natura Siberica, Formtrade, H&K, Эрманн, Cargill, швейцарская часовая мануфактура IWC Schaffhausen, ЗАО Эколаб, ООО Торговые системы, ООО «ПАРМАЛАТ МК», ООО «Хайтек Фудз Лимитед, Links National Golf Club, Leo Burnett Moscow, ООО Франко, ООО «Тек-Пак», винный бренд «БЮРНЬЕ» Hogan Lovells.

КАРТА ПРОФЕССИЙ КОМПАНИЙ АФК «СИСТЕМА»

Благотворительный фонд «Система» объявляет о новом проекте профориентирования для воспитанников детских домов, центров содействия семейному воспитанию и интернатов с целью их профессиональной ориентации и знакомства с новыми, высокотехнологичными профессиями.

Экскурсии в профессии проходят на предприятиях и производствах более 20 компании корпорации «Система».

Волонтерский центр БФ «Система» занимает роль координатора и предоставляет детям из социальных учреждений, оказавшимся в трудной жизненной ситуации, возможность познакомиться с работой компаний в таких отраслях, как биотехнологии, фармацевтика, микроэлектроника, авиация, IT-технологии, радио- и космических технологий и в других.

Завод АО «Биннофарм» посетили воспитанники детского дома №48 «Солнечный круг» Москвы. Ребятам показали процесс упаковки аэрозольных лекарственных средств и вакцины «Регевак В», рассказали про систему водоочистки и подготовки воды, продемонстрировали лабораторию контроля качества лекарств.

АО «Биннофарм» планирует продолжить подобную работу со старшеклассниками Москвы и близлежащих городов в рамках профориентационной и благотворительной деятельности.

«НАШИ ИСТОРИИ»: ФОНД ТИМЧЕНКО ДАЕТ СЛОВО ДЕТЯМ

Благотворительный фонд Елены и Геннадия Тимченко в рамках программы «Семья и дети» объявил о начале Второго всероссийского конкурса дневников приемных семей «Наши истории». Одна из четырех масштабных программ фонда была направлена на системное решение проблемы социального сиротства в РФ. Участниками конкурса могут быть молодые люди от 14 до 25 лет, обладающие опытом жизни в приемной семье. Одновременно начинает работу официальный сайт конкурса, задуманный как развивающаяся экспертная площадка для поддержки приемной семьи.

Впервые конкурс «Наши истории» прошел в 2015 г. Он позволил всей стране услышать голоса приемных родителей, узнать, что движет людьми, дающими кров и счастье неродным детям. География охватила все 9 федеральных округов, а радостями и сложностями своей жизни поделились более 400 приемных семей из 65 субъектов РФ.

Во втором конкурсе две основные номинации и две специальные, одна из которых приурочена к Году кино. Организаторы предложили подросткам и молодым людям снять свой 2-минутный видеоролик и с его помощью рассказать историю своей семьи. Как и в 2015 г., по итогам второго конкурса «Наши истории» вручены «Гран-

при» и премия «Народный выбор», обладатель которой будет определен по количеству «лайков» в онлайн-голосовании.

Онлайн голосование для определения обладателя премии «Народный выбор» открылось в День защиты детей и продлится до окончания приема заявок на конкурс – 12 сентября 2016 г. Все участники получат сертификаты, а лучшие в своих номинациях – дипломы победителей.

ПРОДУКЦИЮ «ЛЮБЯТОВО» ПЕРЕДАЛИ ДЕТЯМ

Бренд «Любятово» совместно с Фондом продовольствия «Русь» и Службой помощи «Милосердие» провел благотворительную кампанию «Помоги от всего сердца детям». По итогам акции продукция «Любятово» была передана в семьи более 160 000 тыс. детей из 16 регионов страны.

Каждая покупка продуктов «Любятово» с пометкой «Помоги от всего сердца детям», совершенная в период проведения акции, позволила произвести дополнительную продукцию, которая была направлена в благотворительные фонды 16 регионов России. 14 млн порций продукции получили более 160 тыс. детей из нуждающихся семей, детских домов и других социальных учреждений – это в 3 раза больше, чем планировали организаторы изначально.

Ольга Шелест, Ирена Понарошку, Эвелина Бледанс и Тутта Ларсен поделились в социальных сетях своими добрыми историями из жизни о том, как им когда-то кто-то помог. Желающие могли также принять Эстафету Добра и рассказать свои истории, используя хэштеги #любятово и #отвсегосердца. Видеоролик, снятый в поддержку акции, напомнил всем об искренности детей, их самоотверженном желании помочь другим, умении сопереживать и совершать добрые дела.

Благотворительные кампании организуются «Любятово» ежегодно, начиная с 2013 г. В 2015 г. произведено и передано 5 млн порций завтраков 33 000 российским семьям, находящимся в трудной жизненной ситуации.

В МОСКВЕ НАГРАДИЛИ ПОБЕДИТЕЛЕЙ ПРОЕКТА «БУМАЖНЫЙ БУМ»

Во Дворце пионеров на Воробьевых Горах подведены итоги и награждены победители эколого-просветительского проекта по сбору макулатуры «Бумажный БУМ». В проекте приняли участие около 300 учебных учреждений Москвы и Московской области (школы, детские сады, вузы, колледжи).

Было собрано, отправлено на переработку 700 тонн макулатуры. Это позволит сделать 500 тонн новой бумаги и при этом сберечь более 10 тыс. деревьев, 10 млн литров воды и 700 тыс. кВт час электроэнергии.

В рамках проекта прошли десятки экологических уроков и мастер-классов, экскурсии на предприятия заготовителей и переработчиков макулатуры, посадки деревьев.

Победителями в номинации «Самая результативная школа» стали школа №498 (38120 кг), государственная столичная гимназия (25530 кг) и Центр образования №654 (22850 кг).

Самые активные ребята из школ-лидеров отправились в двухдневное путешествие на самую большую и современную фабрику по производству бумаги и упаковки из макулатуры в России – Каменскую бумажно-картонную фабрику.

Также все победители получили почетные грамоты от Департамента природопользования и охраны окружающей среды Москвы, подарочные сертификаты на игровые тематические занятия от эколого-просветительской площадки «Центр экономии ресурсов» и сладкие подарки от партнера проекта – компании «Нестле Россия».

ЭКСПЕРТЫ СРАВНИЛИ КАЧЕСТВО ЖИЗНИ В РОССИИ И ЕВРОПЕ

На XVI Всероссийском конгрессе нутрициологов и диетологов состоялось 35 симпозиумов, в рамках которых специалисты из США, Европы и России обменялись последними достижениями в области питания.

На одной из таких дискуссионных площадок обсудили успешные международные практики реализации концепции качества жизни и стратегии устойчивого развития производителя.

Директор научно-исследовательского института «Сан Рафаэле» при Миланском университете Луци Ливио в докладе «Концепция качества жизни» подчеркнул, что нужно помнить не только, сколько калорий мы потребляем, но и сколько расходуем. «Об этом важно говорить. Необходимо правильное влияние медиа и обучение в школах. Так мы делаем в Италии».

На примере компаний Unilever и McDonalds исполнительный директор некоммерческого партнерства «РусБренд» Алексей Поповичев рассказал, как в нашей стране реализуется концепция качества жизни. Он отметил заметное снижение жирности продуктов McDonalds, а также исключение из 100% ассортимента Unilever гидрогенизированных жиров, которые популярны из-за дешевизны и долгого срока хранения.

Свою часть концепции социальной ответственности, связанную с подходом к производству продукции, представила директор по связям с общественностью компании «Ферреро Руссия» Марина Татарская. «Люди» и «Планета» – два главных направления нашей деятельности в рамках стратегии корпоративной социальной ответственности,» – обозначила выступающая. Для Ferrero «Люди» – это, прежде всего, внимание к потребителям. Социальная ответственность реализуется через стратегию компании в отношении питательной ценности продукции, ее качество и свежесть, а также пищевую безопасность.

Второе направление – «Планета». Это природные ресурсы, которые следует охранять. Поэтому Ferrero стремится контролировать и сокращать свое воздействие на окружающую среду, в частности, за счет использования экоустойчивых источников сырья.

Путь к ответственности компании лежит через цепочку создания продукции Ferrero: рецепт, сырье, производство, логистика, торговые точки, конечный потребитель. В основе каждого из этих этапов заложены устойчивые принципы развития компании (соответственно): отсутствие растительных масел и гидрогенезированных растительных жиров; возобновляемый и этичный источник сырья; оптимизация использования природных ресурсов и утилизация отходов; экоустоичивая логистика и энергосберагающие системы на складах Ferrero; прозрачность информации о пищевой ценности продукта; инструкции по утилизации упаковки.

В научной программе конгресса также приняли участие производители пищевых продуктов и ингредиентов, лидеры рынка пищевой продукции, активно внедряющие в производство инновационные технологии и уделяющие большое внимание качеству и безопасности выпускаемой продукции: Нестле, Нутриция, Эббот, Хайнц, ДСМ, Марс, ОАО «Прогресс», Бибиколь и многие другие.

ЗДЕСЬ БУДЕТ ГОРОД-САД!

С приходом теплых дней добровольцы различных компаний активнее участвуют в экологических мероприятиях.

Волонтеры компании «Нестле» совершили поездку в Редькинскую школу-интернат в Калужской области, где отмечался «День сада». Вместе с воспитанниками и учителями сотрудники работали над благоустройством и украшением сада, который расположен на пришкольной территории. В результате сплоченной работы они покрасили стволы деревьев, посадили цветы, подстригли газон. День закончился совместным чаепитием с воспитанниками школы-интерната.

Сотрудники другой компании – АФК «Система» – посадили 300 фруктовых деревьев в «Райском саду»для кадетов Свято-Алексиевской пустыни, расположенной в Ярославской области. Поездка состоялась в рамках традиционной корпоративной программы «Волонтерский сад Победы». После работы гостей пригласили на экскурсию по уникальной библиотеке Свято-Алексиевской

пустыни, которая включает в себя несколько научных и одну школьную библиотеку с полным комплектом современных учебников и методических пособий по всем дисциплинам. Волонтеры посетили музей Путешествий Федора Конюхова и Русское крестьянское подворье.

В Бурятии и в Приморье прошли первые акции Всероссийского волонтерского экологического марафона En+ Group «360 минут». Добровольцы высадили кедры в Байкальском государственном природном биосферном заповеднике. А в Сихотэ-Алинском заповеднике 30 волонтеров собрали выброшенный на берег из Японского моря мусор и облагородили несколько туристических стоянок.

В этом году ожидается участие в мероприятиях экомарафона En+ Group «360 минут» десяти тысяч добровольцев. Часть из них будет лучшими корпоративными волонтерами ведущих российских компаний, среди которых: Эльдорадо, Богучанская ГЭС, АФК «Система», РУСАЛ и общественное движение ERAECO. Они направят сотрудников из разных уголков страны убираться на Байкале в рядах волонтеров «360 минут».

«КОМПАНИИ ДЛЯ ВСЕХ ВОЗРАСТОВ»

Уже 3 года проект «Баба-Деда» онлайн маркетплейс для людей старшего возраста, развивает самостоятельное направление «Компании для всех возрастов». Цель – формирование рынка труда, открытого для специалистов всех возрастов, в том числе старшего поколения. Проект выпустил сборник с лучшими практиками российских работодателей в построении разновозрастных команд.

«Компании для всех возрастов» или КВВ – это сообщество работодателей, которые осознают как плюсы, так и

минусы каждого поколения, что позволяет максимально эффективно задействовать человеческие ресурсы.

Команда проекта проводит просветительскую работу с работодателями, собирая аналитику и демонстрируя бизнесу лучшие практики и программы, позволяющие использовать потенциал многоопытных специалистов для роста эффективности бизнеса: рост лояльности и мотивации, рост продаж на потребительские рынки 50+, снижение затрат на текучесть персонала и т.д.

Таким образом, современный рыночный подход к проблеме позволяет бороться с возрастной дискриминацией и развивать идеи agediversity в бизнес-сегменте.

ОМК ПРОФИНАНСИРУЕТ 20 СОЦИАЛЬНЫХ БИЗНЕС-ПРОЕКТОВ

В Чусовом состоялось награждение победителей первого конкурса социального предпринимательства «Начни свое дело». Конкурс проводится Чусовским металлургическим заводом (АО «ЧМЗ», Пермский край, входит в состав ОМК) при содействии министерства промышленности, предпринимательства и торговли Пермского края, администрации чусовского городского поселения и в партнерстве с Фондом региональных социальных программ «Наше будущее».

Финансовую поддержку от ОМК на суммы от 30 до 100 тыс. руб. на реализацию социальных бизнес-проектов получат 20 победителей. Общий объем финансирования — 1,85 млн рублей. Наиболее интересные и перспективные проекты смогут выйти во второй этап отбора всероссийского конкурса проектов «Социальный предприниматель – 2016».

Благодаря конкурсу в городе создадут систему по сбору и вторичной переработке пластмассы, откроется швейная мастерская для семей с небольшим достатком, будут оказываться недорогие услуги по содержанию приусадебного хозяйства для одиноких пенсионеров и людей с ограниченными возможностями, проживающих в частном секторе. Также в скором времени у чусовлян появятся необходимые моногороду новые места для отдыха и развлечений: антикафе, роллердром, велоклуб, детский клуб «Свободная песочница» – пространство для отдыха и досуга молодых мам с детьми, тренажерный зал для пожилых людей.

«Социальное предпринимательство – особая ниша, находящаяся на стыке бизнеса и благотворительности. Важно, что в результате конкурса «Начни свое дело» активные горожане создадут новые услуги для своего города. При этом первый год самый сложный с точки зрения становления бизнеса. Начинающие социальные предприниматели могут рассчитывать на дополнительную поддержку со стороны города, региона, власти, включая наставничество успешных бизнесменов, которые, уверена, будут оказаны», - отметила заместитель министра промышленности, предпринимательства и торговли Пермского края Ирина Никитенко, посетившая церемонию награждения победителей в Чусовом.

«В регионах присутствия своих предприятий ОМК поддерживает активных граждан и помогает им воплощать в жизнь социальные проекты, которые повышают качество городской среды, делают жизнь горожан интереснее и комфортнее. Особо важно, что, реализуя свои бизнес-идеи, социальные предприниматели создают новые услуги, вносят важный вклад в устойчивое развитие социальной сферы. Мы надеемся, что поддержанные проекты в рамках конкурса «Начни свое дело» получат свое развитие в будущем», - отметил управляющий директор АО «ЧМЗ» Владимир Кирзнер.

MOST CREATIVE CLUB, БФ «ДАУНСАЙД АП» И СЕТЬ «ВКОНТАКТЕ» ПРИВЛЕКЛИ ВНИМАНИЕ 20 МЛН ЧЕЛОВЕК

К Всемирному дню человека с синдромом Дауна в креативном агентстве MOST Creative Club придумали и реализовали просветительскую кампанию «Значение слова» для фонда «Даунсайд Ап» и социальной сети «ВКонтакте».

Синдром Дауна – самая распространенная генетическая аномалия в мире. В России мало кто знает о возможностях таких людей быть людей полноценными членами общества.

В агентстве решили привлечь внимание к проблеме и задействовать в качестве площадки для акции крупнейшую европейскую социальную сеть «ВКонтакте».

Во Всемирный день человека с синдромом Дауна каждое слово «даун», опубликованное в социальной сети, получало ссылку на страницу о синдроме и на сайт фонда «Даунсайд Ап». Таким образом, даже те, кто хотел использовать слово для оскорбления, узнавали о синдроме и распространяли знание среди своих подписчиков. «ВКонтакте» впервые встроили ссылку в текст, и пользователи бурно отреагировали на появление новой функции.

Акцию, которая длилась ровно сутки, заметили в

СМИ. О проекте написали крупнейшие информагентства и онлайн-издания: РИА «Новости», «Коммерсантъ», «Аргументы и факты», Lenta.ru, Газета.ru, «Российская газета», Wonderzine, Tjournal, Мел.fm, и дважды рассказали в вечерних выпусках новостей на Первом канале. Благодаря участию прессы и телевидения акция охватила до 20 миллионов человек, не считая сотен тысяч публикаций в социальной сети.

В МОСКВЕ ЗАПУСТИЛИ «ПОЛИГОН»

Проект «Полигон», совместно реализованный фондом поддержки слепоглухих «Со-единение» и МГТУ им. Н.Э. Баумана, при поддержке Центра «Технологии возможностей» открыл площадку для апробации инновационных технологий, улучшающих качество жизни инвалидов по слуху и зрению.

Были презентованы такие устройства как интеллектуальный робот-помощник Lexy для людей с нарушенным зрением, который может проверить почту, управлять домашней техникой, сообщать о геолокации родных, общаться с друзьями в социальных сетях и многое другое; интерактивный тренажер слухоречевого развития для детей от компании «Некс-Т» – комплекс игр и методик для развития речи и восстановления остаточного слуха; устройство для вызова экстренной помощи – «Кнопка жизни», разработанное совместно с BB-mobile. На площадке «Полигона» коммерческие организации получают возможность взаимодействия с потенциальным потребителем – тестирования и доработки продукции, обучения по применению.

ГК «Исток-Аудио» уже 20 лет разрабатывает, продвигает и внедряет реабилитационную технику по слуху и зрению, поставляя оборудование от ведущих производителей США, Европы, Азии. Компания на безвозмездной основе предоставила свою продукцию для «Полигона», чтобы инвалиды по слуху и зрению могли провести «тест-драйв» того или иного устройства, выбрать наиболее оптимальное решение.

На сайте фонда «Со-единение» можно будет посмотреть проект – комнату в 3D формате, выбрать любое устройство и познакомиться с его трехмерной моделью.

«ПРАЗДНИЧНАЯ ОДЕЖДА НАРОДОВ МИРА»

Впервые Государственный исторический музей (ГИМ) представляет собрание традиционных российских нарядов конца XVIII – XX веков. Выставка «Праздничная одежда народов мира» проходит при поддержке компании Лукойл и технического партнера Nikon. В коллекции собрана одежда жителей от Крайнего Севера до южных губерний, от Смоленска до Пермского края, а также Поволжья, Северного Кавказа, Сибири и Дальнего Востока. Ее передавали в фонд ГИМ из частных собраний промышленников-меценатов П.И. Щукина и А.П. Бахрушина, художника И.Я. Билибина, «коллекционера русской старины» Н.Л. Шабельской, историка, археолога, этнографа С.К. Кузнецова, представительницы тамбовского дворянства И.В. Цуриковой-Горяиновой.

Одежда – это яркий пример творчества мастеров, отражающий быт и особенные черты народа. Необыкновенной красоты платки, головные уборы, украшенные жемчугом, бисером, золотой нитью, сарафаны, рубахи, выделанные мехами, замшей, другими материалами были настоящими драгоценностями, хранились в качестве приданного и передавались по наследству.

Костюм несет в себе не только эстетический элемент, но и наполнен смыслом: защищает от злых духов, привлекает добрые силы, позволяет отличить девицу от просватанной или замужней женщины, городского обывателя от сельского.

Среди редких экземпляров – уникальная мордовская женская обрядовая одежда конца XVIII – начала XIX веков. Рядом с праздничным костюмом башкирки выставлен наряд уральской казачки, сохранивший даже в начале XX века традиционные черты XVIII столетия. Одежда коренного населения Западной и Восточной Сибири, телеутов, бурят, якутов соседствует с костюмами старообрядцев – переселенцами из европейской части России. Кроме традиционной одежды, на выставке представлены образцы прялок, украшенных искусной резьбой и яркими красками, а также тончайшие украшения – перстни, серьги.

«ТВОРЧЕСТВО ВО ИМЯ ЖИЗНИ»

МТС совместно с Международным фондом К.С. Станиславского объявили итоги всероссийского театрального конкурса проекта компании МТС «Поколение М».

«Творчество во имя жизни» – это проект «Поколение М», который МТС 5 лет реализует с БФ Константина Хабенского. В этом году певица, выпускница школы-студии МХАТ Полина Гагарина была мастером по вокалу. Ее видео-уроки стали полезны не только участникам конкурса: «Мне самой было интересно повторить все упражнения, но в первую очередь для меня было главное донести до конкурсантов, что артист – это такая большая единица, совмещающая в себе множество профессий. Нужно постоянно развиваться, не стоять на месте».

Проект состоит из двух частей: театральной и виртуальной. Гастрольный театральный тур детского музыкального спектакля «Поколение Маугли» по регионам России определяют дети в рамках конкурса «Битва регионов». Виртуальная площадка – интернет-портал dobroedelo.mts.ru и группа ВКонтакте.

В онлайн-состязании участвовали более тысячи ребят из 51 региона. За просмотры их фото- и видеоматериалов, написание комментариев, участие в голосовании на портале, а также за «лайки» и «репосты» в социальных сетях посетители получают баллы и таким образом пополняют общий благотворительный счет проекта. В конце года программа МТС «Подари добро!» и ее партнеры переводят баллы в деньги и оплачивают лечение онкологически больных детей.

«За 2 года, благодаря проекту, мы собрали 14 млн рублей и помогли 21 ребенку», – рассказала руководитель проекта «Поколение М» Елена Новожилова во время церемонии награждения.

В финал конкурса вошли 15 финалистов, которые встретились с наставниками в подмосковном музее-усадьбе Станиславского Любимовка. Членов жюри покорила самая юная участница Анастасия Крюкова, которая и забрала главный приз «Дебютант». Она станет студенткой одного из ведущих музыкальных училищ страны, получив рекомендацию фонда и грант на обучение от МТС.

ОБЩЕЕ ДЕЛО: БИЗНЕС ДЛЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

Традиционный турнир по волейболу РООИ «Перспективы» в очередной раз объединил бизнес и благотворительность. 6 корпоративных команд крупнейших российских и международных компаний, среди них – «МТС», «Лаборатория Касперского», «Филипс», «Стрим», «Нестле», «Мегафон», вышли на песок. Их главная цель – привлечь внимание к программам «Перспективы» по социализации людей с инвалидностью и поддержать их.

В напряженной борьбе с минимальной разницей верх одержала команда «Мегафона»: итог встречи в финале 21:17. По доброй традиции с победителями турнира сыграла и сборная друзей «Перспективы», в их числе – радиоведущая Вера Кузьмина, ведущий Влад Жестков, сотрудники Светлана Рыжкина и Дарья Федорович во главе с бессменным капитаном команды – Денис Розой – руководителем РООИ «Перспектива».

Вера Кузьмина, радиоведущая: «Невероятная игра, мы все следили за финалом, чтобы узнать с кем нам предстоит сыграть. Соперники нам достались сильные, но и мы себя показали достойно!».

По итогам третьего благотворительного турнира по волейболу было собрано более 600 тысяч рублей. Все средства будут направлены на реализацию программ «Перспективы» по социализации людей с инвалидностью.

ЗНАНИЕ И УВАЖЕНИЕ – КЛЮЧ К УСПЕХУ

Корпорация Mars, заявляющая о приверженности принципам социальной ответственности, продемонстрировала это на практике. Представители подмосковного завода Royal Canin, одного из подразделений Mars, показали, как производится корм для питомцев и рассказали о достижениях в области экологии, заботе о животных, развитии качества создаваемой продукции.

Девиз Royal Canin «Знание и уважение», и первоначальной задачей является создание продукции не для владельца, а для питомца. Потому производители отказались от специального оформления и вкусовых добавок в пользу улучшения их качественного состава и запаха: разрабатываются линейки питания для разных пород кошек и собак. Качество корма определяют 128 собак и 98 кошек, содержащихся в специальных условиях в отделе исследований и разработок на французском заводе в Эмарге.

Проявляя заботу о животных, волонтеры Royal Canin и Mars посещают приюты Москвы, Подмосковья и других регионов, передавая им свою продукцию (недавно подарено свыше 16 тонн корма, включая лечебный). Кроме этого компания поддерживает ведущих ветеринарных врачей.

Экологическое направление КСО отражается в отказе от размещения на полигонах ТБО и переработке более 80% отходов. Качество сточных вод с территории предприятия ничем не уступает качеству природной воды в поверхностных малых водотоках.

«Геотермальные системы, солнечные батареи, конденсация пара, повторное использование воды, концепция эко-офиса – лишь часть мер, которые уже реализованы компанией в Московской области. И мы не намерены останавливаться на достигнутом», - отмечает Светлана Обручкова, генеральный директор Royal Canin в России.

Ежегодно в России завод снижает потребление газа и электроэнергии воды, несмотря на рост объемов производства. Освещение переведено на светодиодное, что позволяет экономить электроэнергию. Для очистки воздуха введен в эксплуатацию биофильтр, который уничтожает вещества, вызывающие неприятный запах, и очищают воздух, поступающий в атмосферу. В планах корпорация Mars к 2040 г. полностью перейти на энергию из возобновляемых источников.

«ПЛАНЕТУ ДОБРЫХ ДЕЛ» СКАЧАЛИ БОЛЕЕ 150 ТЫСЯЧ РОДИТЕЛЕЙ

Детская книга «Планета добрых дел» стала популярна у родителей и детей от 4 до 7 лет. Об этом свидетельствует статистика, полученная из App Store, Google Play и ЛитРес.

10 историй «Планеты добрых дел» появились в виде бесплатного мобильного приложения в мае этого года. Его основная цель – помочь родителям в увлекательной форме рассказать о пользе и важности проявления доброты. Книга написана и озвучена актрисой Алисой Гребенщиковой в рамках программы «Растим добро».

В приложение входит сборник из 10 историй, в которых рассказывается о пятерке инопланетных героев. Они прилетели на Землю, чтобы помочь взрослым и детям, оказавшимся в трудной ситуации. Кнофтик, Громзи, Смешуня, Люмпик и Слуфи – каждый из персонажей – это целая история, в которой повествуется о важности и пользе добрых дел. Алиса Гребенщикова наделила героев уникальными способностями, которые помогают им справиться с любой опасностью, грозящей жителям Земли.

Программа «Растим добро» создана по инициативе бренда «Добрый» герои «Планеты добрых дел» появились на упаковках «Добрый» 0,2 л.

В 2014 г., на старте, под опекой программы «Растим добро»: 5 детских домов в 5 городах России: Москве, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Екатеринбурге и Ростове-на-Дону. В 2015 г. к программе присоединились корпоративные волонтеры и партнеры: НКО «Полдень». Занятия с детьми начинают проводиться в игровой форме. Поддержка оказывается 23 детским домам.

В 2016 г. география программы и список партнеров. Среди них ПАО «Ростелеком», БФ «Надежда» (г. Владимир), БФ «Надежда по всему миру!» (Владивосток), а также добавлено новое направление – наставничество, включающее занятия по подготовке к самостоятельной взрослой жизни. Теперь под опекой 35 детский дом в 8 регионах России (Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Екатеринбург, Ростов-на-Дону, Владимир, Новосибирск и Владивосток).

В 2016 в рамках IV церемонии награждения «Лучшие социальные проекты России - 2015» программа «Растим добро» бренда «Добрый» признана победителем в номинации «Социальный маркетинг».

«VICTORY» ДОСТОЙНО ПРОДОЛЖИЛ ДУХОВНЫЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ТРАДИЦИИ

В выставочном зале феодосийского арт-отеля «Викторі» художники из разных городов Крыма, а также из Санкт-Петербурга и Киева, представили совместную выставку «Мальчишник». Первый официально зарегистрированный в Крыму российский арт-отель становится одним из культурных центров, объединяющих художественную элиту Феодосии.

Алла Ненада, зам. директора по научной работе Феодосийского музея А. С. Грина:

- Феодосия – своеобразная столица Юго-Восточного Крыма, легендарной Киммерии, гнездо древних мировых культур, ушедших, но не исчезнувших... Историческая память места хранит энергию первых поселенцев. Глубина корней, богатство разных языков создали здесь особую атмосферу, питающую воображение, интуицию, вечную тревогу чувств.

Знаменитые художники – Айвазовский, Богаевский, Волошин – каждый эпоха и отдельная школа – взросли на этой земле. От них родилось и продолжает упорно здравствовать древо Киммерийского искусства.

Карадаг... Коктебель... Феодосия... Эти слова давно звучат магнетически. Великое разнообразие художников – поколение за поколением – расцветает на благословенных холмах.

Выставка в феодосийском арт-отеле «Victory» собрала современных мастеров, достойно продолжающих духовные традиции отечественной культуры. Пространство их художественного мира наполнено энергией вдохновения, творческим током земной красоты».

По материалам: АСИ, Ассоциации менеджеров, Форума Доноров, пресс-релизов, соб. инф.

Арсений Леонидович Шульц «Ночь».
Бумага, тушь. Ок. 1929

Арсений Леонидович Шульц «На корте».
Бумага, тушь. 1930-1931

Владимир Смирнов: «Помогать людям и своей стране – это счастье, серьезная миссия и необходимость»

Владимир Смирнов, как Владимир Потанин, Михаил Фридман и другие российские меценаты, решил значительную часть состояния направить на благотворительность. Смирнов много лет вкладывает средства в филантропические проекты. В 2010 году он учредил Фонд Владимира Смирнова, который поддерживает российские благотворительные организации и реализует собственные проекты. О миссии фонда и видении развития благотворительности в нашей стране Владимир Смирнов накануне своего дня рождения рассказал в интервью главному редактору журнала «Бизнес и общество» Татьяне Бачинской.

«Подумал, что нужно что-то делать на свои средства и своими силами, а не только силами компании»

- Вы занимались бизнесом 23 года, были одним из топ-менеджеров компании «Новатэк». Обычно благотворительностью начинают заниматься, когда оставляют основную деятельность. Вы общественную деятельность сделали основной, почему?

- Благотворительностью начал заниматься давно, задолго до ухода из бизнеса. Я много лет занимался этим направлением внутри компании. Участвовал во всех благотворительных программах «Новатэка», помогал школам, одаренным детям, все проекты тем или иным образом создавались или курировались мной. Еще до ухода из бизнеса подумал о том, что корпоративная благотворительность – это, конечно, хорошо, но нужно что-то делать на свои средства, своими силами, а не только силами компании, поэтому общественный фонд органично вырос из предыдущей в мою последующую, сегодняшнюю деятельность.

- Вы сейчас непосредственно бизнесом не занимаетесь?

- Да, я оставил эту работу. Не вижу никакого смысла в бесконечном накоплении капитала.

- Почувствовали ли вы отличие, например, по энергетике работы в фонде от работы в коммерческой компании?

- Да, в некоммерческом секторе работают удивительные люди. Например, директор фонда «Старость в радость» Лиза Олескина. Это святой человек. Но окружение самой благотворительности достаточно неоднородно, и порой люди, которые работают там, раздражённы и озлобленны, в общем, далеко не ангелы. Но это обусловлено предысторией благотворительной деятельности, когда на людей из этой сферы никто не обращал внимания, не давал денег, сложно было достучаться до какого-нибудь чиновника, никуда не пускали. Плюс – недружественные законы. Это формировало отношение к государству. Раздражение и непонимание копились много-много лет.

- Вы член Совета при Правительстве РФ по вопросам попечительства в социальной сфере. Помогает ли работа в Совете менять ситуацию в благотворительности?

- Совет очень помогает. В силу его влияния мало кто верил, но результаты очевидны, их можно подсчитать: количество внесенных поправок, количество измененных законов. К нашим предложениям прислушиваются чиновники. Не все, но очень многие из них хотят помочь. Конечно, бывает, что, например, замминистра говорит: «Все будет». А потом, из-за бюрократической машины, хорошее начинание заваливается. Бывает так, что какая-нибудь инициатива, хорошая, поддержанная на уровне руководителя, как только опускается в рабочий орган, «сливается». Тем более что многие, особенно русские, хотят все «срочно и сразу». Неважно, что в других странах благотворительность складывалась десятилетиями, а у нас она подавлялась. И сейчас на ее развитие должны уйти многие годы.

- С другой стороны, люди привыкают к потребительству, считают, что им должны все: государство, благотворители…

- Потребительское отношение – это неправильно. Нужно помогать людям, предлагая им удочку, а не готовую рыбку. Государство точно выделяет деньги нуждающимся. Иногда эти деньги не доходят или просто глупо и беспечно растрачиваются. Здесь очень важно продуктивно взаимодействовать с общественниками, не с «городскими сумасшедшими», а с настоящими, правильными людьми из некоммерческих организаций. Вот я говорил о Лизе Олескиной из «Старость в радость», человеке необыкновенной доброты, просто «не от мира сего». Она, на мой взгляд, взвалила на себя слишком много: всех готова отогреть, все отдаленные дома престарелых берет под свою опеку. Но нельзя опекать 193 дома, это нереально! Должно быть 10-20 домов, а дальше нужно передавать их как франшизу тем, кто в этих регионах живет. Мы помогаем этому фонду, стараемся переубедить, что нужно, к сожалению, от кого-то отказываться, от сердца отрывать, но не брать новых.

Есть лучший опыт – надо его брать и тиражировать. Например, мы приезжаем в Курскую или Тульскую область, спрашиваем: «У вас есть фонды, помогающие старикам?» – «Да, тут нас 50 человек». – «Тогда познакомьтесь с нашим опытом, мы так работали и у нас хорошо получилось», – такой должен быть смысл, не надо все взваливать на себя. Фонд (Общественный фонд Владимира Смирнова – ред.) старается переходить к решению стратегических вопросов. Мы работаем 6-й год, сначала занимались «прилагательной» деятельностью, а сейчас задача фонда – брать лучшее, что есть у других, и научиться правильно передавать опыт.

- Что бы Вы хотели изменить?

- Основная идея и направление, к которым мы сейчас идем, это – образование, просвещение в благотворительности и вовлечение новых людей. Сегодня в России благотворительностью занимаются немногие, согласно разным статистическим данным, она не выходит за 10%, а в Англии, например, это – 70%. Основная идея фонда – повысить эти 10%. Фактически мы занимаемся завтрашним и послезавтрашним днем, вовлечением людей в благотворительность, просвещением в этой области. Это и школа благотворительности, проект «Благосфера»… Часто воспринимают волонтера как человека, который должен гореть душой и все делать бескорыстно. А он в первую очередь должен знать, что благотворительность – это всегда большая ответственность. Значит, каждый должен четко понимать, что он может ОБЕЩАТЬ людям и что может СДЕЛАТЬ. И этому нужно учиться, это все еще пока очень молодая отрасль, поэтому посвящение в благотворительность – это основное направление, которым мы сейчас будем заниматься. Очень мало людей, понимающих это.

Важно выдернуть человека из рутинного состояния «работа-дом-работа-дом-суббота-семья-работа-дом-суббота-семья». И показать, что вот здесь можно еще помочь кому-то: поддержать человека, собачку спасти, дерево посадить, подмести свой двор, в конце концов. В такую социально активную жизнь должен быть вовлечен каждый гражданин, это подлинная гражданская обязанность. И тогда люди будут больше улыбаться, ведь когда ты помогаешь, твоя душа расправляется.

Большой город придавливает, в нем миллионы недовольных, несчастливых людей, но ведь это же такое счастье, когда ты почувствовал, что можешь кому-то помочь или каждую субботу ты сажаешь по одному дереву, и это значит, что ты будешь ждать этой субботы, у тебя будет свое маленькое счастье. Если ты счастлив, значит, из тебя хорошая энергия исходит.

- Вам удается совмещать эмоциональную и рациональную деятельность?

- Да, конечно. В фонде раньше все было более эмоционально, сейчас все более продуманно. Все упорядочилось бизнес-процессами: защита плана, защита проекта, уменьшение бюджета, сокращение и т.д. Так же, как и в компаниях.

-Те навыки, которые вы приобрели в бизнесе, напрямую переносятся в благотворительность?

- Да, благотворительность – это, вообще, чистый бизнес, т.е. если она не строится по-другому, то это просто затыкание проблем: кто-то тебя бросил, что-то у тебя плохо, и ты пытаешься благотворительностью эту дырку заткнуть. Если так, то да, «благотворительность по-русски» – увидел, заплакал, отдал деньги и забыл.

Это, безусловно, не значит, что нужно руководствоваться только рассудком. Эмоции всегда должны присутствовать, но если благотворительность не будет работать как того требует бизнес, то она просто перестанет существовать. В благотворительных проектах обязательно должны быть эмоции, но важно понимать при этом, что благотворительность – это такой же бизнес-процесс по собиранию денег, по отбору проектов. Основная задача – донести до людей, что благотворительность – это бизнес, который тратит деньги, а не зарабатывает деньги для их основателей. И детям я хочу оставить вложения в идеях, а не капитал.

- За эти шесть лет удалось ли обозначить изменение отношения общества к теме благотворительно-

сти, привлечь в эту сферу новых участников? Что-то мешает этому, а что способствует?

- Ничего не мешает, просто нужно идти работать! Да, буквально нужно, что называется, брать лопату и идти работать, не нужно ничего выдумывать. Будут проблемы с государством? Будут. Но мы живем в своей любимой стране и мы ее патриоты. Считаю, что с государством не просто можно сотрудничать, а НУЖНО. Если хорошо и честно делать свою работу, то точно можно достичь задуманного. И уровень недовольства и озлобленности должен все-таки уменьшаться.

Ты должен обязательно после себя оставить несколько десятков, сотен людей с другим пониманием, с другим ощущением, если говорить про социальную деятельность, небезразличных к ближнему своему, к дереву к своему, к собачке, то есть не безразличных к тому, что в социальной среде окружает человека. Нужно обязательно всем этим заниматься, делать свое доброе дело независимо от того, сколько в количественном плане спасли стариков или детей… Любые фонды должны понимать, что мы должны не пытаться к себе затянуть человека, а готовить его к благотворительности, а он сам потом пусть определится в отношении своего выбора. Но важно при этом, чтобы он знал, что помогать ближнему – это счастье и необходимость! И я бы еще добавил – серьезная, глубокая миссия. Если человек понял это, то он обязательно найдет себя в благотворительной деятельности. Кто-то, может быть, пойдет дорожки подметать, кто-то деревья сажать и т.д. До человека, прежде всего, нужно донести идею, что помощь ближнему – это и есть самая главная цель в жизни.

- Владимир Альбертович, журнал «Бизнес и общество» рассказывает о социальной ответственности бизнес-сектора, репутация которого не так высока. Мешает ли развитию сектора отсутствие преференций на благотворительность в налогообложении?

- Мое мнение, что обязательно нужно давать преференции, эта деятельность обязательно должна выводиться из налогооблагаемой прибыли. Не нужно до американских законов дотягиваться. У нас не так хорошо все обстоит в экономике, мы все это понимаем, но в любом случае, нужно какую-то преференцию получать.

- Продолжая тему влияния КСО (корпоративная социальная ответственность), благотворительной деятельности на репутацию, нужно ли говорить обществу об этом, или «это дело интимное»?

- Я не считаю, что это дело интимное. Одно дело, ты подошел к церкви и дал милостыню, не нужно, конечно, сразу выскакивать, говоря «Это я дал!». Другое дело, когда ты занимаешься общественной деятельностью, ты должен показать общественности значимость этой работы, громко заявить: «Мы делаем вот так, присоединяйтесь!» А если ты держишь «все в себе», это сводится к тому, что с помощью благотворительных проектов ты закрываешь внутренние проблемы, когда, например, тебе кто-то навредил, а ты пытаешься заткнуть эту обиду помощью больным детям, спасением бездомных собачек, все напихать без смысла, а продуманного развития при этом никакого не получится! Поэтому нужно обязательно говорить о своей деятельности! Но говорить и хвалиться – это разные вещи.

- А то, что СМИ считают, что это неинтересно их аудитории?

- Это ужасно, я считаю, абсолютная несправедливость. Я понимаю, что все зарабатывают, что СМИ – это серьезный бизнес. Но почему СМИ не рассказывают о хорошем опыте благотворительных проектов? Ведь это очень значимо, чтобы самая широкая аудитория знала, как это важно, как это нужно, как это интересно, в конце концов! И тогда, может быть, у одного из сотен тысяч прочитавших или посмотревших телесюжет появится хорошая мысль: «А почему в этом проекте нет меня? Может быть, я тоже так смогу!». В этом случае благотворительность действительно станет постоянной необходимостью, обычным, нормальным делом. Ведь она дает человеку огромный ресурс радости, осмысленной, наполненной жизни.

«Благотворительность дает человеку огромный ресурс радости, осмысленной, наполненной жизни»

Бизнес и НКО – правильное партнерство

Как выстраивать диалог между фондом и компанией

Синергия бизнеса и НКО – партнерство для решения конкретных задач. У благотворительного фонда есть компетенции в решении социальных проблем. У компании есть возможности. О том, как фондам превратиться из просителей в партнеров, как правильно строить диалог с бизнесом, рассказывает директор по фандрайзингу благотворительного фонда «Арифметика добра» **Анастасия Ложкина.**

- Анастасия, как фонд может привлечь бизнес-партнера? Как правильно фонду вообще «зайти» в компанию, с чего стоит начинать?

- Важно найти точки соприкосновения, объединения. Например, у фонда есть специалисты, психологи, методические разработки. А у компании есть финансовые ресурсы, сотрудники и клиенты.

Фонд может рассказать, как в том или ином регионе улучшить социальную атмосферу, чтобы сотрудники, в которых заинтересованы компании, оставались на местах, а не мигрировали, то есть поддержать устойчивое развитие бизнеса в зоне присутствия.

В диалоге «Компания – НКО» фонд выступает партнером-экспертом в решении социальных проблем, он знает, как правильно вовлечь в благотворительную деятельность компанию и ее клиентов. Но не все фонды умеют делать «мягкий заход». Чаще НКО приходят и просят: дайте то, другое.

- То есть фонд чаще выступает просителем. И нужно уходить от этой роли.

- К компании нужно подходить индивидуально и как к партнеру. Делать взаимовыгодное предложение, а не просто просить (я вообще это слово не люблю и не употребляю, только партнерство). Действительно, часто НКО рассматривают компанию как денежный мешок, и это неправильно. Но мы – третий сектор – сами во многом виноваты, потому что изначально был неправильный посыл. В итоге родился такой стереотип. Однако бизнес – это ресурс, в плане человеческого, социального и финансового капитала. И если мы будем это учитывать, будет синергия и развитие.

Есть проблемы, которые нам, НКО, надо решать здесь и сейчас, но чаще мы работаем на перспективу. Например, проблема сиротства, которой занимается наш фонд «Арифметика добра». Это работа на 5 лет вперед и больше, как и наша программа «Шанс», в ходе которой мы даем детям из детских домов возможность подтянуть знания с помощью профессиональных педагогов. Работаем над этим мы здесь и сейчас, но первый результат увидим примерно через 2-3 года, когда ребята сдадут экзамены. И компанию, которую фонд хочет видеть в качестве партнера, надо заинтересовывать именно работой на перспективу, социальными инвестициями. Один из наших слоганов «Образование – лучшая инвестиция в будущее детей».

- Но если уже компания привыкла, что ее рассматривают как денежный мешок? Как фонду заинтересовать ее?

- Мы рассказываем об уникальности нашего фонда. О наших компетенциях. О том, что мы можем дать обществу и компании. И о путях решения проблемы, которой мы занимаемся. Предлагаем компании несколько вариантов вовлечения в благотворительную деятельность.

При этом фонду нужно учитывать историю благотворительной деятельности компании. Если я иду к потенциальному партнеру, который с благотворительностью знаком лишь поверхностно и считает ее чем-то радужным и умилительным, я понимаю, какое в их сознании сложилось восприятие благотворительной организации. Тогда я говорю ему о других форматах.

Кроме того, важна личность представителя фонда. Я рассказываю про фонд и про то, как я пришла в благотворительность. Что меня, кандидата наук, автора многочисленных публикаций о Японии, с опытом преподавания в Гарварде, мотивирует работать в фонде. Личная история часто меняет отношение к людям, которые работают в благотворительности.

- То есть срабатывает еще и человеческий фактор? Ведь часто людей, работающих в благотворительности, воспринимают стереотипно, что это «странные люди», «сумасшедшие энтузиасты», «альтруисты», и благотворительность – хобби, а не работа. И такое отношение бизнеса к себе нужно переломить.

- Да, это чувствуется. Но когда ты рассказываешь увлеченно о своей работе, объясняешь, какую пользу от своей деятельности ты видишь каждый день, о коллегах, которые работают с тобой вместе, люди начинают совсем иначе на все это смотреть.

Стоит рассказывать о личных достижениях и проектах фонда. Например, мы организовываем различные благотворительные мероприятия для людей с миллионными состояниями. И представители компании понимают: они умеют разговаривать с людьми такого уровня. Фандрайзер – это лицо фонда для компаний.

Человек, пришедший в компанию от имени фонда, должен уметь переломить отношение компании к благотворительности, если ранее оно было негативным, и уметь заинтересовать компанию в сотрудничестве с фондом. Разговор можно начинать с себя, со своей работы в фонде. У каждого фандрайзера со временем появляется свой «крючок».

Второй момент касается человеческого фактора: те, к кому вы приходите на беседу, тоже люди. Чаще всего это женщины, мамы. А значит, и разговор с ними надо строить, в том числе, на примерах, которые им понятны. Например, я рассказываю, что в нашем фонде есть программа «Заботливые руки»: фонд помогает оплачивать труд нянечек, работающих с малышами-отказниками. История конкретного мальчика, конкретной девочки – вот что я рассказываю. Потому что в России идея адресной помощи работает лучше, чем программная, - люди реагируют сердцем, лично.

Но далее, рассказывая личные истории, я перехожу к тому, как могут сотрудники и в целом вся компания помочь детям-сиротам. Каждый хочет стать героем. И благотворительный фонд помогает компании и ее коллективу стать такими героями. Сотрудники могут стать «ангелами» для детей, то есть наставниками для какого-то конкретного ребенка. И тем самым стать частью чего-то масштабного, включившись в решение проблемы сиротства в стране. Так сотрудники становятся частью большой истории, а достижения фонда – это достижениями конкретных людей, которые нам поверили, пожертвовали средства или свои силы, чтобы чего-то добиться. Фонду важно показать, как личный вклад или сто рублей конкретного человека могут что-то изменить. И фонд не должен говорить о себе – он должен говорить «вы», объединяя тем самым усилия свои и бизнес-компании, своего партнера и ее сотрудников.

Важно показать компании возможности разного формата участия. Можно сделать вложения и потом получать отчеты. Можно часть денег вкладывать компании, а часть – сотрудникам. В этом снова проявляется синергия. Кстати, мы сейчас планируем продвигать новую идею – «Помощь с рабочего стола». Как сотрудник, не отходя от рабочего места, может помочь подопечным фонда, сделать пожертвование. И это еще один способ вовлечения персонала компаний в благотворительность.

- Как фонд может донести до компании мысль, что помогать можно не разовыми акциями, а программно, долго, на перспективу?

- Чтобы поменять образ мышления бизнеса, нужно предлагать программное сотрудничество. Например,

ЧТО ДУМАЕТ БИЗНЕС О СОТРУДНИЧЕСТВЕ С НКО И УЧАСТИИ В БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

Екатерина Дмитриенко,
координатор программы корпоративной ответственности PwC в России

Сотрудничество с фондом у нас только начинается. Мы планируем участвовать в программе «Шанс» и подключать к ней подшефные детские дома из Подмосковья, которые мы знаем уже 10 лет и с которыми хотим работать более системно. Первый опыт сотрудничества у нас состоялся совсем недавно: фонд организовал небольшую ярмарку сувениров на мероприятии для наших женщин-клиентов в нашем офисе. Это был абсолютный эксперимент, и акция имела большой успех среди наших гостей.

В первую очередь, важен индивидуальный подход и личный контакт между представителями бизнеса и фонда: именно через доверительные отношения получается делать успешные проекты. Компании важно понимать ценность и правильность инициатив, предлагаемых фондом, с учетом потребностей ее сотрудников и специфики ее деятельности. Также представители фонда должны доказать свою компетентность и понимание ключевых глобальных и российских тенденций в области благотворительности – от этого в том числе зависит решение бизнеса о выборе фонда-партнера.

Бизнес нуждается в таком партнере, который поможет выбрать правильное направление развития благотворительной программы, подсказать, как вовлекать в эту программу сотрудников, и предложить различные варианты взаимодействия с ними. Кроме того, компании нужно четко объяснить предполагаемый эффект этих программ, а также выгоду от участия для нее самой. Такой диалог с компанией должен быть регулярным – это постоянная работа, в результате которой рождаются эффективные проекты. Благотворительный фонд – это проводник между компанией и адресатами ее программ, который помогает выработать правильный подход.

Для компании участие в благотворительности – это, прежде всего, дополнительные стимулы для сотрудников. Работа в организации, которая делает вклад в развитие общества и предлагает поучаствовать в интересных и полезных делах, поделиться чем-то с другими, узнать что-то новое, в том числе, и о самом себе – один из тех нематериальных стимулов, которые так важны для удержания сотрудников в компании в текущих условиях.

недавно я отправила двум партнерам план наших мероприятий на год. В нем есть разные варианты участия бизнеса: включение компании с ее сотрудниками, или же сотрудники могут включиться в жизнь благотворительного фонда лично. Кроме того, компания может участвовать не только финансами, но и какими-то своими производственными ресурсами.

Если компания решает участвовать в каком-то проекте, фонд проживает с компанией целый год вместе. Все мероприятия мы подводим к одной цели и определенным задачам. Компания видит, что это проект, у которого есть начало и конец. Для бизнеса это важно. В конце проекта будет формироваться отчетность. Компания, уже со своей позиции бизнеса, понимает, что это конкретный проект, может оценить, как и чем это может быть полезно ей в бизнесе и в других направлениях.

- Как фонду и компании налаживать дружеские и длительные отношения?

- Если вы хотите установить продолжительное сотрудничество, то начинать нужно постепенно, пошагово. Например, с одной компанией сначала мы провели благотворительную ярмарку с участием ее сотрудников. Это было мягкое знакомство с нами, с нашей деятельностью, с нашими целями, с тем, на что нужны средства. Теперь мы будем организовывать благотворительный велоквест. Каждый год они делают тимбилдинг, а в этот раз решили, что провести такое благотворительное мероприятие будет интереснее и правильнее. Они не только отдохнут, но и погрузятся в благотворительность. И узнают, как лучше и правильнее помогать разным категориям: детям, сиротам, детям с проблемами здоровья, животным, и так далее. Причем до этого мероприятия я буду читать сотрудникам этой компании лекции по фандрайзингу, и на велоквесте они попробуют себя в новом качестве – привлекать средства.

Также сотрудников этой компании мы вовлечем и в наши активности в рамках Московского Марафона (напомним, в этом году фонд «Арифметика добра» стал официальным благотворительным партнером Московского Марафона. Предложим стать нашими благобегунами или организовать мощную группу болельщиков.

Это пошаговая, плановая работа с учетом корпоративной культуры и ценностей компании, степени ее погружения в благотворительную деятельность.

Таким образом, мы выстроили отношения, например, с Pirelli. Сначала мы провели ярмарку, мастер-классы, тренинги по погружению в тему сиротства, потом компания уже сама провела корпоративный аукцион, в рамках которого собрала 65 тысяч рублей. Средства были направлены в Спицынский детский дом в Кировской области, где реализуется образовательная программа фонда для детей-сирот «Шанс».

Вообще, у каждой компании, которая с нами работает, есть свой подшефный детский дом, где действует «Шанс». Важно, что отчеты о реализации программы в этих детских домах видит не только руководство компании, но и весь коллектив, - они вывешиваются на внутренних ресурсах, в корпоративных соцсетях.

Сотрудникам компании SAP, другому партнеру фонда, понравилась наша первая акция «Страна детства SAP». 1 июня мы встречали их шарами, игрой в классики, детской музыкой и предлагали помочь детям-сиротам, сделать их жизнь более разнообразной. На серо-белом полотне они могли разукрасить «Страну детства SAP» (идея была в том, что жизнь детей в детских домах серо-белая, и каждый из нас может сделать ее ярче). При этом каждый сотрудник еще и попутно познакомился с целями и программами нашего фонда. Для коллектива SAP

ЧТО ДУМАЕТ БИЗНЕС О СОТРУДНИЧЕСТВЕ С НКО И УЧАСТИИ В БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

Екатерина Фролова,
руководитель направления по внутренним коммуникациям и корпоративной социальной ответственности SAP СНГ

SAP поддерживает проект «Шанс» через организацию и проведение совместных с фондом мероприятий. Флагманский проект – Благотворительный забег "RunSimple. Runwith SAP", который SAP и «Арифметика добра» впервые реализовали совместно в сентябре 2015 года для привлечения внимания сотрудников, партнеров и клиентов SAP к проблемам воспитанников детских учреждений и продвижения идеи спортивного и здорового образа жизни.

Как фонду мотивировать компанию на сотрудничество? Важен индивидуальный подход, программы, разработанные специально для клиента с учетом его потребностей, стратегических фокусов, уже существующих программ в сфере КСО, корпоративных ценностей, интересов сотрудников. Также важна просветительская деятельность – пропаганда правильного и цельного подхода к ведению программ в сфере корпоративной благотворительности и, как следствие, взаимодействие не только с департаментом КСО, но и сотрудниками компании.

Мотивацией для самой компании является ее социальная миссия и, как бы скептически это не звучало, – польза для бизнеса. Она не всегда измеряется только объемом выделенных бюджетов или привлеченных средств, признанием в КСО среде, освещением в СМИ или толщиной отчетов о проведенных мероприятиях, а скорее созданием и поддержанием корпоративной культуры компании, управлением вовлеченностью сотрудников, возможностью разработки кобрендинговых мероприятий вместе с клиентами и партнерами.

это было неожиданностью, они стали активно заходить на сайт фонда, писать в социальных сетях об акции. Там же у нас прошел аукцион и ярмарка. Такой внутренний праздник помог нам познакомиться с компанией. И мы собрали 95 тысяч рублей. А уже в сентябре мы сделали совместный благотворительный забег, который объединил не только сотрудников SAP, но и партнеров компании.

- Тяжело ли преодолевать желание корпоративных благотворителей «отвезти подарки в детские дома»?

- Да, на Новый год был очередной вал таких предложений. Я понимаю, что у людей есть потребность как-то помочь детям. Но такая помощь неправильная. Мы говорили всем обращающимся, что хороший подарок ребенку – это не кукла, а урок в программе «Шанс». Либо другой нужный подарок, развивающий, образовательный. Например, нашей подопечной Полине Киямовой сотрудники подарили большой англо-русский словарь, потому что он ей очень нужен, она старательно и давно занимается английским языком. Кому-то подарили коньки, лыжи, спортивные бутсы – то есть то, что связано с развивающими занятиями ребенка.

Убедить компании в нужности только таких подарков, а не очередных игр и гаджетов, было очень трудно. Например, в Гипермаркете ÓКЕЙ у меня было несколько встреч с сотрудниками, где люди не могли понять, почему нельзя дарить сиротам обычные подарки. Не было понимания, что нужны подарки только практичные, бытовые. Где-то элементарно нужен тройник и чайник, где-то чайный сервиз. Но в итоге сотрудников удалось убедить, и им понравился результат.

В этом году мы будем запускать новогодний проект «Подари ребенку урок – шанс на будущее», где каждый сотрудник может подарить ребенку урок по программе «Шанс».

- Как компаниям больше нравится помогать: деньгами или pro bono?

- Нужно смотреть на специфику фонда. Есть фонды, где помощь товарами может закрыть всю их деятельность, что важно для них. Часто это нужно для каких-то определенных программ НКО. Допустим, компания OLDI предоставляет нам компьютерные мыши, гарнитуры, клавиатуры для участников нашей программы «Шанс». Для нас это значительная экономия. А грузоперевозчик «ПЭК» помогает нам с доставкой оборудования в регионы.

Но фонд должен понимать, нужен ли ему товар. Если предлагают привезти фуру шампуня, стоит подумать, куда вы его денете, где будете хранить. И за какой счет вы обеспечите потом доставку шампуня до своих благополучателей. Иногда это головная боль. И такая помощь может быть в убыток фонду, могут быть затраты и по деньгам, и по человеческим ресурсам.

- В чем бизнес видит для себя выгоду участия в благотворительности? Для компании это пиар, или это просто участие в добром деле?

- Раньше для многих компаний это был пиар-повод. Сейчас уже всем понятно, что СМИ пишут о благотворительности неохотно. Особенно если у фонда нет крупного селебрити, за счет персоны которого фонд может быть интересен масс-медиа. Поэтому компании не претендуют на пиар освещение благотворительный акций.

Но зато для многих компаний это GR – ведь с помощью работы с фондом организация может наладить связи и хорошие отношения с органами власти. Когда компания в своей отчетности упоминает о своей благотворительной работе, это плюс для нее. Когда компания

ЧТО ДУМАЕТ БИЗНЕС О СОТРУДНИЧЕСТВЕ С НКО И УЧАСТИИ В БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

Екатерина Дулепина,
менеджер отдела корпоративных коммуникаций и устойчивого развития компании Pirelli

В конце 2015 года компания Pirelli совместно с фондом «Арифметика добра» провела первое совместное мероприятие по сбору средств для образовательного проекта «Шанс». В 2016 году мы продолжили партнерство, и уже сегодня благодаря нашему сотрудничеству к проекту «Шанс» присоединился Спицынский детский дом (Кировская область).

В нашем случае благодаря счастливой случайности на фонд вышла сама компания. Pirelli очень ответственно относится к вопросам корпоративной социальной ответственности и благотворительности, и мы давно искали надежного партнера, который предложил бы качественный и действительно полезный проект, который мы могли бы поддержать. Кроме того, для нас очень важна возможность вовлечения сотрудников компании в благотворительные проекты. В «Арифметике добра» мы нашли именно такого партнера: мы полностью разделяем позицию фонда о том, что главный и самый нужный подарок детям – это знания. Кроме того, «Арифметика добра» замечательно подходит к сбору средств: это всегда нечто интересное и полезное, будь то благотворительная ярмарка, мастер-классы или другие мероприятия, которые организуются непосредственно в офисе. В нашей компании часть денег собирается за счет вклада сотрудников (покупка поделок и игрушек, созданных подопечными фонда, взнос за участие в мастер-классе или просто пожертвование), а Pirelli обязательно удваивает собранную сумму.

Таким образом, если в компании развито направление корпоративной социальной ответственности, основной мотивацией для работы с фондом будут понятные и эффективные благотворительные проекты, прозрачная система сбора средств и отчетности, а также гибкость в работе с компанией и индивидуальный подход. Каким-то организациям в силу ряда причин, возможно, удобнее просто переводить деньги на расчетный счет фонда, другим, как наша, важно вовлекать сотрудников.

на каком-то благотворительном мероприятии получает возможность установить взаимоотношения с представителями власти, это полезно для бизнеса. И это отличная возможность, например, создать какое-то государственно-частное партнерство между властью, НКО и бизнесом. За рубежом это нормальная практика, несущая положительные результаты для общества.

Еще один интерес компании – отправить своих сотрудников обучиться в фонд. На мой взгляд, менеджерам по продажам стоит поучиться у фандрайзеров из НКО. Я, например, всегда готова обучать сотрудников наших компаний-партнеров фандрайзингу, и мы реализуем это направление.

Вопрос корпоративного волонтерства и тимбилдинга тоже важен: компании все чаще предпочитают активное времяпрепровождение коллектива с пользой для дела.

И, наконец, для компаний благотворительность может быть важна как часть корпоративной культуры. Ведь если бизнес выходит на международный уровень, там очень ценится наличие КСО, социальной политики у компании.

И еще: многие компании приходят в благотворительность потому, что в их регионах присутствия нередка проблема с нужными кадрами, о чем я говорила в начале. А фонд в этом может помочь. Допустим, на заводе трудится специалист, у которого ребенок с ДЦП. И если в регионе нет специалистов, лечащих таких детей, то этот специалист будет вынужден уволиться и переехать с семьей туда, где такие специалисты есть. А если компания начнет сотрудничать с фондом, который занимается решение такой проблемы, то это поможет удержать ценного сотрудника в регионе. Или, например, чтобы удержать в регионе молодежь, может быть важно сотрудничество с фондом, который может вовлечь молодых людей в волонтерство, развивать их способности. В этом вопросе важна уже и инициатива компании – она должна продумать, какой именно фонд может быть ей интересен как партнер.

ЧТО ДУМАЕТ БИЗНЕС О СОТРУДНИЧЕСТВЕ С НКО И УЧАСТИИ В БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

Ольга Каверина,
менеджер по корпоративной социальной ответственности PepsiCo Россия

С фондом «Арифметика добра» компания PepsiCo начала работать в 2015 году. Мы уже давно отметили, что сотрудники PepsiCo активно откликаются на призывы об оказании помощи, вовлекаются в проведение благотворительных проектов, и, особенно, спортивные благотворительные мероприятия. Поэтому мы решили не только поддерживать развитие корпоративного волонтерства, но и развивать культуру «правильной» благотворительности. Фонд «Арифметика добра» воодушевил нас системным подходом к проблеме сиротства в России, подробно и ясно рассказал о текущей ситуации этой проблематики и предложил очень понятные механизмы работы с обозначением планируемых количественных и качественных результатов. Последнее особенно важно, поскольку позволяет оценить, каким может быть возврат по социальным инвестициям. Это ключевой фактор для компании, которая планирует быть успешной на рынке и эффективно заниматься благотворительной деятельностью. С фондом «Арифметика добра» мы реализуем программу «Шанс». Фонд систематически информирует нас о ходе реализации проекта: мы ежемесячно получаем отчеты о школьных успехах детей.

Преимущество благотворительных фондов перед корпорациями – это профессиональные знания и экспертиза в решении социальных проблем, которыми коммерческий сектор чаще всего не обладает, поэтому часто идет навстречу сотрудничеству с некоммерческими организациями. Если благотворительная организация решила начать работу с корпоративными партнерами, то к этому надо предварительно подготовиться, ведь привлечение частных пожертвований отличается от привлечения корпоративных средств. Необходимо изучить, как работает потенциальный корпоративный партнер, какие у него ценности, какие задачи в области корпоративной социальной ответственности он ставит перед собой. Это означает, что «домашнюю» работу по знакомству с компанией необходимо провести заранее и определить тематику, которая может быть интересна и бизнесу, и благотворительной организации. Исследование благотворительной деятельности своих конкурентов также может быть полезным инструментом для некоммерческой организации.

Еще одним важным моментом является репутация некоммерческой организации. Создание яркого имени требует очень больших усилий, но при этом, они вполне окупаются, ведь когда благотворительную организацию знают, предварительные объяснения и презентации о деятельности не требуются. Рекомендации коллег по бизнесу, знакомых, тех людей, с кем благотворительная организация ранее работала, также не будут лишними. А чтобы заслужить положительные рекомендации, важно, чтобы деятельность некоммерческой организации была максимально прозрачной и понятной.

Для разных компаний причины ведения благотворительной деятельности отличаются, но есть и те факторы, которые присущи большинству компаний: успешный опыт благотворительной работы конкурентов, запросы на ведение благотворительной деятельности со стороны сотрудников, возможность положительного влияния на репутацию компании. Положительным трендом является то, что для многих компаний основополагающей причиной благотворительной деятельности является устойчивое развитие бизнеса, важность партнерства и объединения усилий в решении социальных проблем.

Какая трансформация КСО нужна России в условиях кризиса?

Алексей Костин,
исполнительный директор
НП «Корпоративная
социальная
ответственность –
Русский Центр»,
к.э.н.

Шесть лет тому назад нами была опубликована серия статей о необходимости проведения ключевых антикризисных мероприятий КСО с целью более плавного и эффективного выхода российских компаний из кризиса 2008 – 2009 гг. Спустя пять лет после восстановления экономики в 2010 – 2014 годах страна вновь оказалась в кризисе.

Встает тот же самый вопрос – а нужна ли КСО в условиях кризиса? Ведь, как ни крути, это дополнительные затраты компаний на цели, которые зачастую не имеют прямого отношения к производству, его эффективности и доходности. Но это только на первый взгляд. Так считают в основном те, кто сводят современное КСО только к внешним для компаний социальным проектам обычно благотворительного характера.

Но есть и более комплексный и системный подход к КСО, которая на практике является инструментом управления производственно – экономической устойчивостью компаний, или по-другому их устойчивым развитием. Он основан на триединой (Triple Bottom Line) формуле («корзинах») одновременных поступательных изменений в развитии экономической, социальной и экологической сфер компаний. При этом важное значение придается также корпоративному управлению и менеджменту, наряду с ответственными отношениями по цепочке поставщиков и соблюдением прав человека.

Именно устойчивость компаний становится главным вызовом для их руководителей в условиях кризиса. Поэтому большинство ведущих российских компаний не останавливают свою работу в области КСО и корпоративной устойчивости.

Неслучайно Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП) в течение последних трех лет уделяет особенно пристальное внимание не только практикам специальных социальных и экологических программ компаний, но и разработке и расчетам индексов КСО и отчетности: «Ответственность и открытость» и «Вектор устойчивого развития». Среди лидеров 2015 года этих индексов: АЛРОСА, Аэрофлот, Башнефть, ВТБ, Газпром, ЕвроХим, Интер РАО, ЛУКОЙЛ, Металлоинвест, Нижнекамскнефтехим, НЛМК, Норильский Никель, ОМК, Роснефть, Ростелеком, Росэнергоатом, РЖД, РУСАЛ, Сбербанк, Северсталь, СУЭК, АФК «Система», Татнефть, ТВЭЛ, Уралкалий, ФосАгро (в алфавитном порядке). Расчет таких индексов особенно важен в условиях кризиса, поскольку показывает партнерам и кредиторам их общее состояние в этих непростых условиях. И не только в финансовом, но и в социально – экологическом разрезах, с точки зрения и нефинансовых рисков.

Но вернемся к антикризисным мероприятиям российских компаний во втором, системном варианте понимания КСО как управления корпоративной устойчивостью.

ПЕРВОЕ: качество, безопасность и доступность продукции и услуг (экономическая «корзина» КСО).

В условиях кризиса компаниям необходимо обеспечить производство и вновь представить качественный и безопасный в употреблении, а также доступный физически и по цене продукт или услугу. В новых кризисных условиях для потребителя совсем неочевидно, что производство и качество товаров даже уже известных компаний смогут отвечать их требованиям, – доверие к своему продукту придется восстанавливать или завоевывать вновь. Ведь у любого потребителя может возник-

Роберт Рафаилович Фальк
«Крепость. Судак».
Бумага, акварель, тушь, карандаш.
1925

нуть подозрение, что компании пусть вынужденно, но используют некачественное сырье, экономят на квалифицированной рабочей силе, не соблюдают стандарты и т.д. Поэтому аргументация и информирование потребителей о качестве и безопасности продукции должны быть на первом плане.

Резюме: актуальность данного направления работы по экономической «корзине» КСО сохраняется в рамках настоящего кризиса в полной мере.

ВТОРОЕ: экологичность производства и продукции или экологическая «корзина» КСО.

Компаниям для привлечения покупателей и инвесторов приходится все убедительней демонстрировать экологичность своих товаров и своего производства. Потребитель в новых условиях выбора становится более требовательным и по этой составляющей КСО: и российский, и особенно зарубежный. В условиях кризиса более жесткими к экологическим требованиям к бизнесу становятся также инвесторы и кредиторы, в особенности так называемые социально и экологические ответственные. Эти инвесторы, объединенные Финансовой инициативой ЮНЕП или разделяющие «принципы Экватора», используемые в финансовой сфере для определения оценки социальных и экологических рисков в рамках проектного финансирования, объединяют в настоящее время около одной десятой всех мировых финансовых ресурсов.

Резюме: данные мероприятия в условиях жестких западных ограничений кредитования ведущих российских компаний постепенно теряют свою актуальность и проводятся ими по сокращенным бюджетам.

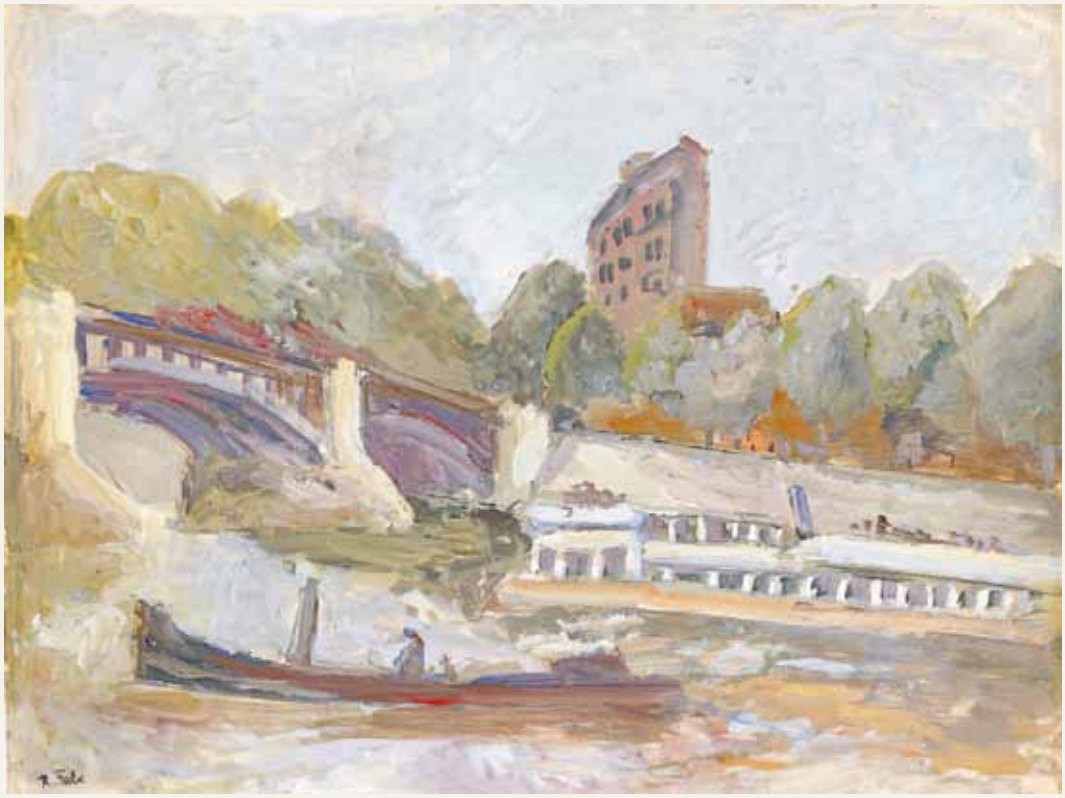
ТРЕТЬЕ: активное взаимодействие со всеми заинтересованными сторонами бизнеса, особенно с клиентами и инвесторами или социально ответственными кредиторами – стейкхолдерская «корзина» КСО.

Времена ответственности компаний в основном только перед своими крупными контролирующими акционерами и налогово-контрольными государственными органами заканчиваются. Приходится добиваться доверия и постоянно демонстрировать свою ответственность перед всеми заинтересованными сторонами бизнеса: в первую очередь стратегическими и портфельными инвесторами, в том числе и мелкими акционерами, местным сообществом, состоящим из конгломерата общественных, некоммерческих, неформальных, сетевых и властных структур, а также СМИ.

Резюме: в новых условиях существенного падения покупательского спроса, как производственно – промышленного по цепочкам поставок, так и потребительского, значение демонстрации и предъявления своей лояльности и готовности к конструктивному взаимодействию со всеми заинтересованными сторонами возрастает.

ЧЕТВЕРТОЕ: прозрачность собственности и капитала.

«Кризисного инвестора» необходимо убедить в выгодности вложений капитала и целесообразности своего участия в том или ином производстве. В условиях кризиса и дефицита инвестиционных ресурсов, особенно собственно российских, недостаточно обосновать новые инвестиции только с точки зрения экономики, сбыта и ожидаемой прибыльности. Крайне актуальными становятся вопросы максимальной прозрачности структуры капитала и собственности компаний, а также состояния всех активов и основных фондов. Оффшорные схемы участия в акционерном капитале компаний вызывают недоверие и отпугивают потенциальных инвесторов, что в последнее время государственные орга-



Роберт Рафаилович Фальк «Париж. Сена».
Картон, карандаш, гуашь.
1936

ны демонстрируют регулярно, призывая все российские компании переводить свои оффшорные юрисдикции в РФ.

Резюме: поэтому социально ответственному и честному бизнесу (вне зависимости от соотношения частных и государственных долей его собственности) все еще предстоит это привести в надлежащий порядок и максимально полно раскрыть своих бенефициаров, а вновь создаваемому новому бизнесу учитывать эти требования с самого начала.

ПЯТОЕ: расширенная подотчетность.

В России это понятие всегда трактовалось очень узко и в основном включало в себя формальную финансово-статистическую отчетность. «Новая подотчетность», необходимая российскому бизнесу для повышения своей деловой репутации и инвестиционной привлекательности, должна включать значительно более серьезные требования, а именно: регулярную финансовую и нефинансовую отчетность в соответствии с российскими и международными стандартами, и даже превосходя их требования, с максимально широким доведением ее результатов до заинтересованных сторон; выполнение принятых на себя обязательств в экономической, экологической и социальной областях; соответствие обязательным и добровольно принятым на себя стандартам качества, безопасности, экологичности, социальной ответственности и т.д.

Резюме: актуальность работы в данном направлении сохраняется на прежнем уровне.

ШЕСТОЕ: социально ответственная реструктуризация, включая законные и прозрачные процедуры оптимизации персонала.

В условиях кризиса изменения структуры производства и номенклатуры производимых товаров, а также оптимизация издержек носят объективно вынужденный и срочный характер. Проведение реструктуризации, включая выделение активов и аутсорсинг, социально ответственным образом – важнейшее направление антикризисной КСО. От способа ее осуществления во многом зависит деловая репутация компаний, а также возможность вновь привлечь уволенный квалифицированный персонал в посткризисный период в условиях нового роста. Социально ответственная реструктуризация осуществляется строго в рамках законодательства и с максимальным учетом интересов персонала компаний, как правило, с прямым участием его представителей и профсоюзов в принятии соответствующих решений. Она предусматривает информационные кампании, освещающие проводимые структурные изменения, мероприятия по профессиональной переподготовке, содействию в трудоустройстве, а также компенсационные выплаты сотрудникам, попадающим под сокращение и другие.

Резюме: актуальность данного направления работы по социальной «корзине» КСО сохраняется в рамках настоящего кризиса в полной мере.

СЕДЬМОЕ: волонтерство и индивидуальная корпоративная филантропия.

Вынужденное в условиях кризиса сокращение благотворительных бюджетов компаний ставит на повестку дня необходимость конструктивного замещения уже ставших традиционными для многих компаний благотворительных программ и спонсорских проектов. Компаниям приходится отказываться от многих социальных и благотворительных программ, кроме особенно чувствительных, которые нельзя просто так прекратить: поддержка детских домов и профильных учебных заведений, доплаты собственным пенсионерам и т.д. И, тем не менее, даже при кардинальном сокращении кор-

Борис Петрович Чернышев
«Чивирево. Яхты».
Бумага, темпера. 1960

поративной благотворительной помощи, волонтерство и индивидуальная филантропия сотрудников способны сохранить партнерские отношения с реципиентами помощи и помочь им выжить в непростых условиях.

Резюме: актуальность работы в данном направлении сохраняется на прежнем уровне.

ВОСЬМОЕ: внешние корпоративные и совместные с местными властями программы дополнительного обучения и профессионального переобучения высвобождаемой рабочей силы.

Задачи кризисной реструктуризации и оптимизации персонала компаний имеют своим следствием частичное высвобождение работников предприятий, что является одним из самых серьезных последствий кризисного развития экономики страны. Государственные программы поддержки безработных и их профессиональной переподготовки не смогут стать эффективными без их поддержки и профилирования со стороны бизнеса, который должен формировать собственную политику в сфере создания рабочих мест с тем, чтобы в дальнейшем выступить заказчиком переобученной рабочей силы. Поэтому в рамках своей социальной ответственности, а также исходя из собственных профессиональных интересов, бизнесу целесообразно поддерживать и непосредственно участвовать в совместных с местными и региональными властями программах переподготовки временно высвобождаемых сотрудников. Именно бизнес наиболее адекватно и точно может помочь местным властям правильно организовать и наполнить программы переобучения в соответствии со своими планами на кризисный и посткризисный периоды. Сотрудничество в сфере восстановления и развития профтехобразования может поднять уровень привлекательности ряда необходимых бизнесу профессий, поддержать уровень занятости в реальной экономике. Все это потребует минимум дополнительных расходов от компаний.

Резюме: актуальность данного направления работы по социальной «корзине» КСО сохраняется в рамках настоящего кризиса в полной мере.

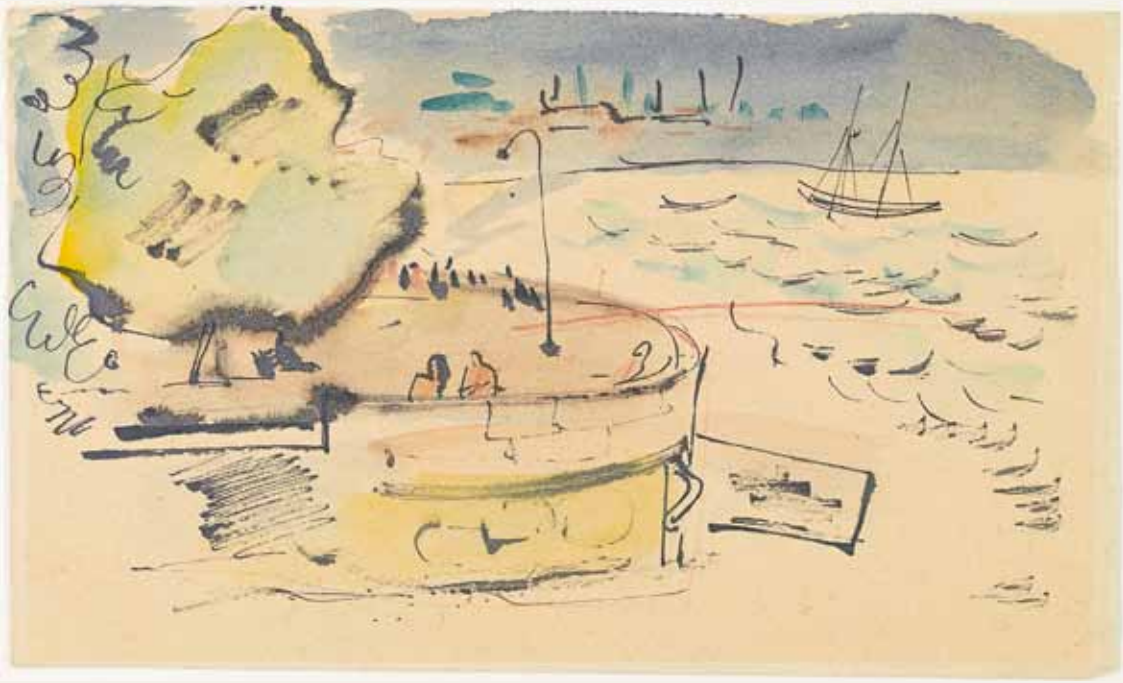
ДЕВЯТОЕ: новые формы взаимодействия с обществом и властью.

Наращивание «социального капитала» работает на репутационный капитал бизнеса. Приоритетным уровнем деятельности в период кризиса в рамках КСО является территориальный и местный уровень. Необходимо искать эффективные подходы к запуску механизмов работы региональных партнерств (бизнес – региональная и местная власть, организации гражданского общества) и публично – частных партнерств в социальной сфере. Это позволит пересмотреть подход, когда за государством закреплена вся социальная сфера (и ответственности, и возможных источников прибыли). Речь идет о согласовании приоритетов развития территорий, причем таких, которые помогут бизнесу прирастить репутационный капитал при приемлемо низком уровне финансовых затрат или на неденежной основе. Эти пути – развитие волонтерской работы, разных форм работы с молодежью, взаимодействия с НКО, религиозными организациями, ассоциациями коренных народов в реализации добровольческих инициатив.

Резюме: актуальность работы в данном направлении сохраняется на прежнем уровне.

ДЕСЯТОЕ: раскрытие информации о системах оплаты и размеров вознаграждений и бонусов топ-менеджеров государственных компаний и банков, а также предприятий с государственным участием и добровольное раскрытие такой же информации для частных компаний.

Целесообразность и необходимость контроля за размерами дополнительных вознаграждений и бонусов в условиях кризиса зафиксирована в решениях Президента и Правительства РФ. Данные рекомендации/



Сергей Николаевич Расторгуев
«Набережная у моря».
Бумага, акварель, тушь. Ок. 1930

требования распространяются на все государственные компании и на компании с государственным участием. Частные компании, осуществляющие вынужденные и болезненные структурные изменения сокращения персонала и других издержек производства, также заинтересованы в снижении размеров вознаграждений для своих топ-менеджеров и раскрытии информации об этом, поскольку такая информация позволяет наиболее убедительно продемонстрировать своим трудовым коллективам, акционерам, кредиторам и инвесторам, что тяжесть кризисного бремени распределяется равномерно, а антикризисные меры принимаются на основе социальной ответственности всех сторон корпоративного управления с соблюдением принципов социальной справедливости в области оплаты труда и дополнительных бонусов.

Резюме: актуальность работы в данном направлении сохраняется на прежнем уровне.

ОДИННАДЦАТОЕ: создание новых рабочих мест в области экологической деятельности предприятий и охраны окружающей среды.

Техническое перевооружение и инновационное развитие экономики России требует, прежде всего, использования наилучших доступных технологий и методов производства (НДТМ), которые являются энергоэффективными и экологичными по своей сути, т.е. отличаются низкими выбросами и сбросами загрязняющих веществ и отходов. Обеспечение корпоративной социальной и экологической ответственности требует привлечения менеджеров, инженеров, технологов, логистиков и других специалистов с экологическими знаниями. Эти кадры привлекаются извне или проходят переподготовку внутри самих компаний. В целом развитие малого и среднего бизнеса в области природоохраны и природопользования может занять многих уволенных в последние месяцы работников.

Резюме: актуальность работы в данном направлении сохраняется на прежнем уровне.

ДВЕНАДЦАТОЕ: создание и внедрение систем управления нефинансовыми рисками, основанных на системном анализе и взаимодействии со стейкхолдерами компаний.

Нефинансовые риски (политические, социальные, экологические, законодательные и т.д.) в России пока что существенно выше, чем в развитых странах мира. Поэтому КСО и управление нефинансовыми рисками в РФ играют более значительную роль - в силу неразвитости российского рынка, а также слабого законодательного и практического обеспечения прав собственности и справедливой конкуренции. В этой связи для обеспечения корпоративной устойчивости все стороны корпоративного управления должны уделять большее внимание внедрению принципов и инструментов КСО в практику корпоративного управления на основе системного анализа, диалога и конструктивного взаимодействия со своими стейкхолдерами. Для этого целесообразно сохранение и дальнейшее развитие публичной социальной (по устойчивому развитию) отчетности.

Резюме: актуальность работы в данном направлении сохраняется на прежнем уровне.

Таким образом, необходимость проведения ключевых антикризисных мероприятий КСО с целью более плавного и эффективного выхода российских компаний из текущего кризиса, как и шесть лет назад в ходе кризиса 2008-2009 годов, сохраняется почти в той же мере и в тех же объемах. С небольшой поправкой на сокращение мероприятий компаний на привлечение западного финансирования (вторые и третьи размещения акций на западных биржах и соответствующие роуд-шоуз, привлечение западных независимых директоров в Советы директоров, снижение затрат на международный ПР и др.).

Законодательное закрепление социальной ответственности агробизнеса – шаг к деревне будущего

Олег Чудинов,
доцент кафедры
управления персонала
Института международного
менеджмента и образования
Красноярского ГАУ,
к.э.н.

С прочтением заголовка у читателя может возникнуть чувство, близкое к когнитивному диссонансу. Казалось бы, как можно связать отстающее по всем направлениям цивилизации село с требованиями того, чего не делают многие крупные корпорации, работающие в ресурсодобывающих отраслях?! Однако не все так просто. В настоящее время сельское хозяйство нашей страны находится в парадоксальной ситуации. С одной стороны, в аграрную сферу начали вливаться достаточно большие финансовые ресурсы, как со стороны инвесторов из бизнеса, так и средств государственного бюджета. Крупные компании, работающие в аграрной сфере, становятся достаточно прибыльными с точки зрения бизнеса. С другой стороны, работа в сельской местности в аграрной сфере остается малопрестижной. В первую очередь, это связано с отсутствием или низким уровнем развития инфраструктуры. Молодое поколение не хочет возвращаться в село, поскольку в большинстве случаев такие территории не могут предоставить современного жилья, качественных услуг здравоохранения, возможностей для культурного отдыха, а также условий для духовного и профессионального роста.

Почему же так происходит? Дело в том, что сельская инфраструктура имеет несколько другую почву для развития, отличную от мегаполисов. На государственный бюджет в нынешних условиях деревне особо рассчитывать не приходится, поэтому будет развиваться село или нет зависит зачастую лишь от одного агропредприятия. Вот так и выходит, что в одном месте процветание, а в другом – полное отсутствие условий для жизни (во многих поселениях у жителей нет доступа даже к больнице и школе).

Как можно сделать загородную жизнь привлекательнее городской, причем усилиями всего лишь одного аграрного бизнесмена, может показать хозяйство Бориса Владимировича Мельниченко «Солгонское», находящееся в Красноярском крае. За 2005-2015 годы руководство хозяйства вложило в развитие социальной инфраструктуры около 350 млн руб. На эти средства предприятием были построены: начальная школа, храм, Дом культуры, торговый комплекс, магазины. Предприятием за свой счет были отремонтированы и заасфальтированы дороги, возведен мост через реку, проведен водопровод в трех деревнях и откапитален фельдшерско-акушерский пункт с библиотекой. В самом селе Солгон для молодых сотрудников был построен кирпичный дом на шестнадцать квартир со всеми благами цивилизации, а также сданы в эксплуатацию дома и в других населенных пунктах. Стоит ли удивляться, если предприятием была построена АЗС из-за того, что до ближайшей «заправки» жителям нужно было ехать 50 км.

По словам директора предприятия, повышение качества жизни в сельской местности и благосостояние сельчан должны быть для агропредприятия главными приоритетами в развитии хозяйства.

В 2013 году ЗАО «Солгонское» получило серебряную медаль всероссийского конкурса «Высокая социальная ответственность хозяйствующих субъектов АПК» в номинации «За достижение высоких результатов в сфере устойчивого развития сельских территорий».

Однако есть и примеры прямо противоположные, причем в том же Красноярском крае. Одно из некогда крупнейших сельскохозяйственных предприятий обвинили в многомиллионной экологической катастрофе. По данным Россельхознадзора, аграрное хозяйство причини-

ло ущерб почвам на сумму 55 млн руб., а на территории Березовского района, в месте расположения компании, образовался искусственный водоем с запахом гниющих отходов площадью 3,5 га. Исследование почв показало, что земли пропитались тяжелыми металлами и опасными для человека микроорганизмами. Таким образом, предприятие не только не позаботилось о территории, а вообще сделало ее непригодной для жизни.

Интересно, что от ответственности агробизнеса зависит и прибыль. Из приведенных читателю примеров первое предприятие входит в сотню наиболее крупных, эффективных и динамично развивающихся отечественных хозяйств (в том числе и за счет государственной помощи, которая поступает благонадежным сельскохозяйственным организациям), а второе стало банкротом.

Однако на практике государственную поддержку, от которой к слову зависит каждая сельскохозяйственная организация, может получить не слишком заботящееся о месте своего пребывания хозяйство. Для того чтобы подобных противоречий не возникало, может быть полезно, а в настоящее время уже необходимо, определение ответственности агропредприятий на законодательном уровне. Сутью ее может являться возможность передачи полномочий по развитию села самому аграрному бизнесу. Однако передаваться они должны не бездумно, ложась оброком на бизнесменов аграрной сферы, а являться способом появления новых возможностей в условиях ограниченности необходимых сельскому хозяйству государственных субсидий. Перспективно средства бюджета могут выделяться, в первую очередь предприятиям, решающим обозначенные инфраструктурные проблемы (в соответствии с определенными ниже правилами). Хотя, следует отметить, что западные государства не гнушаются и карательных мер. Например, организации, имеющие низкий уровень социальной ответственности, рассчитанный по определенным методикам, законодательно закрепленным в соответствующих документах, не вправе надеяться на одобрение общества и властей до тех пор, пока показатели не будут достигать нормативного значения. К организациям, которые не могут достигнуть необходимого уровня, могут быть предъявлены соответствующие санкции – вплоть до социального банкротства, что влечет за собой прекращение деятельности предприятия. Однако мы предлагаем идти методом «пряника», поскольку в нашей стране, особенно в сложившихся социально-экономических условиях, нельзя просто перекладывать решение таких задач на аграрный бизнес. Необходимо создать условия и задать приоритеты для их реализации. Для этого предлагаем:

I. Законодательное закрепление показателей развития бизнеса на селе в рамках реализации корпоративной социальной ответственности, таких как:

А. Социальная ответственность агропредприятия перед своими работниками:

1. Условия труда:

1.1. Соответствие рабочих мест типовым (в соответствии с нормами спецоценки пришедшей на смену аттестации рабочих мест).

1.2. Наличие санитарнобытовых помещений (в соответствии с нормами СанПиН РФ).

1.3. Условия производственного быта (в соответствии с нормами СанПиН и СНиП в РФ).

1.4. Мониторинг движения и текучести кадров: изменение квалификационно-профессиональной структуры, социального и демографического состава (необходимо исключать обострившиеся в аграрной сфере перекосы по возрастному признаку).

1.5. Систематическое повышение уровня профессионального образования (не реже, чем один раз в пять лет для одного сотрудника).

2. Оплата труда:

2.1. Минимальная среднемесячная заработная плата работников агропредприятия должна приравниваться к уровню заработной платы в регионе (в соответствии с уровнем по отрасли).

2.2. Соотношение средней заработной платы низкооплачиваемой категории работников предприятия и руководителя не должно превышать соотношения 1:10.

Б. Социальная ответственность перед жителями территории, где ведет деятельность предприятие:

1. Состояние объектов социальной инфраструктуры:

1.1. Обеспеченность жильем (в соответствии с потребностями на территории).

1.2. Обеспеченность детскими садами (в соответствии с потребностями на территории).

1.3. Обеспеченность инфраструктурными связями (почтовая, телефонная, радио связь).

1.4. Обеспеченность лечебными и оздоровительными учреждениями (в соответствии с потребностями на территории).

1.5. Обеспеченность культурными, образовательными и культовыми учреждениями.

1.6. Обеспеченность населения эфирным телевизионным вещанием (в соответствии с Распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 ноября 2007 года № 1700-р.).

1.7. Обеспеченность спортивными центрами (в соответствии с потребностями на территории).

1.8. Передача памятников архитектуры на баланс уже проявивших себя с социально ответственной стороны предприятий.

2. Экологические показатели:

2.1. Чистота воздуха (в соответствии с нормами СанПиН 2.1.6.1032-01).

2.2. Чистота почв (в соответствии с нормами СанПиН 2.1.7.1287-03).

2.3. Чистота водоемов (в соответствии с нормами СанПиН 2.1.4.1074-01, СанПиН 2.1.4.1175-02 и СанПиН 3907-85).

II. Выделение средств из регионального и федерального бюджетов в первую очередь тем хозяйствам, которые наиболее эффективно решают проблемы, определенные в обозначенных показателях. Это уже тот самый «пряник».

Учет представленных показателей, как видится автору, позволит аграрному бизнесу не только выявлять наиболее проблемные области, которые негативно влияют на приток квалифицированных кадров и настроения работников, но и вырабатывать стратегии развития своей предпринимательской деятельности для повышения конкурентоспособности, с учетом наиболее эффективного использования трудовых и финансовых ресурсов. Таким образом можно решать не только проблемы развития и привлекательности села и сельского труда, но и более эффективно расходовать ограниченные бюджетные средства, которые будут уходить не бесцельно просящим средства предприятиям, а преимущественно в хозяйства, где руководят перспективные аграрные менеджеры, работающие в обозначенных направлениях и благодаря которым развивается как само хозяйство, так и сельские территории нашей страны.

Доброе дело в отечестве нашем[1]

Лариса Сизинцева, кандидат культурологии, доцент (Кострома)

Братьев Третьяковых представлять не приходится: замечательные коллекционеры с 1866 г. владели в Костроме Новой Костромской льняной мануфактурой, позже переименованной в Большую (сейчас комбинат им. Ленина снова вернулся к этому варианту названия). В 1866 г. в состав торгового дома входили кроме них муж сестры их, Елизаветы Михайловны, Владимир Дмитриевич Коншин (1821-1911) и Константин Яковлевич Кашин. Именем последнего и называли костромичи между собою фабрику – кашинской.

К.Я. Кашин был опытным прядильщиком, которого Третьяковы переманили при устройстве фабрики у соседей, с фабрики А.В. Брюханова и Зотовых, – и ни разу не пожалели об этом. Именно он, специалист-практик, вел дела в Костроме, тогда как братья занимались преимущественно торговыми делами московской конторы. Когда он умер 3 августа 1880 г., ему не исполнилось еще и 54 лет. Похоронили его на старинном купеческом кладбище у Спасо-Запрудненской церкви, а труды по управлению фабрикой были доверены его сыну, Николаю Константиновичу (1858-1905), также прослужившему на фабрике всю свою жизнь.

В архиве Третьяковской галереи хранятся письма Н.К. Кашина, адресованные П.М. Третьякову. Они – живое свидетельство их близких отношений, дружественных и доверительных, несмотря на разницу в положении и в возрасте (Павел Михайлович был старше почти на двадцать пять лет). Письма Н.К. Кашина, деловые и почтительные одновременно, сообщают о его поездке в Лондон по делам фирмы и для знакомства с тамошней постановкой текстильного дела, позже – о строительстве на фабрике, установке новой техники. Тут-то, в письме от 4 ноября 1885 г., появляется и фамилия извечного соперника и соседа – Владимира Андреевича Зотова: «По установке новой паровой машины найдется много желающих посмотреть ее, так В.А.Зотов уже теперь заявил свою просьбу, чтобы в свое время дозволили ему осмотреть все новое на фабрике. Подобные осмотры мне не только не желательны, но даже тяжелы...»[2].

Зотовых в Костроме почему-то помнят меньше, хотя до революции они были известны гораздо в большей степени, нежели Третьяковы. Популярность им принесла не только фабрика, но и общественная деятельность одного из трех сыновей основателя фабрики Андрея Алексеевича (1803-1868) – Владимира (1836-1908): на протяжении многих лет он избирался в органы городского и земского самоуправления, был попечителем многих учебных и благотворительных заведений[3], всегда изъявлял готовность выделить значительные суммы на доброе дело – от учреждений Красного Креста до строительства Романовского музея.

И все же первым предметом заботы В.А. Зотова были собственные рабочие. Он ловил идеи налету: во время промышленной выставки в Петербурге в 1870 г. состоялся первый съезд фабрикантов, на котором «часто возбуждался вопрос об улучшении быта рабочих, и особенно малолетних, между прочим, было обращено внимание на неудобство жилищ, как на одно из губительных условий для развития в физическом и моральном отно-

Фабрика Новой Костромской льняной мануфактуры 1890-е гг.

К.Я. Кашин

В.А. Зотов

Н.К. Кашин

шении малолетних». Вернувшись домой, он, хозяин одного из крупнейших костромских предприятий, направляет прошение на высочайшее имя: «Наши малолетние рабочие наполняют небольшие домики, расположенные на улицах близь фабрик. Помещения их по тесноте более чем неудобны, они бывают скучены до 30 человек и более обоего пола в одной маленькой комнате, валяются на полу и под лавками, дышат донельзя испорченным воздухом. Сознавая вполне всю безвыходность их положения, я намерен приступить к устройству жилищ для рабочих, которые были бы удобны в гигиеническом отношении»[4].

Мальчишки и девчонки, пришедшие (как им казалось, ненадолго, на время) на фабрику, чтобы заработать сколько-то денег на первоначальное обзаведение, на приданое, не торопились тратиться на то, чтобы должным образом организовать свой быт: каждая копейка была на счету, она должна была превратиться в дом, корову, красный свадебный сарафан, а потом и в лисью шубу... Они приписывали себе годы, спали под лавками, а потом фабрика с ее большими, по крестьянским меркам, деньгами и городскими удовольствиями затягивала и больше не отпускала от себя.

Казалось бы – какое дело до них потомственному почетному гражданину В.А. Зотову и «Всепресветлейшему, державнейшему Великому Государю Императору Александру Николаевичу», которому адресовано это описание, взятое будто бы из учебников истории советского времени? Но староста Спасо-Запрудненской церкви В.А. Зотов совершал поступок совершенно естественный для православного, общественная оценка которого была однозначно определена: это было странное время, когда доброе дело было естественно и престижно одновременно. Должно было прийти наше время, чтобы за бесплатный кров можно было осыпать упреками.

Именно в конце 1860-х начале 1870-х началось это соревнование, растянувшееся почти на полвека. Идея, как правило, принадлежала В.А. Зотову, так же как и первая попытка реализации. Кашины запаздывают, но зато превосходят первого размахом. Каждая благотворительная инициатива согласовывается с Третьяковыми.

6 мая 1869 г. при фабрике бр. Зотовых было открыто одно-классное училище[5], а 5 сентября 1871 г. было получено разрешение на открытие двухклассного училища при фабрике Новой Костромской льняной мануфактуры. 21 апреля 1874 г. Зотовы испрашивают разрешение на открытие при фабрике двухклассного училища, но уже «с ремесленными для мальчиков и с рукодельными для девочек классами». 17 сентября того же года К. Кашин ходатайствует о льготах по воинской повинности выпускникам своего училища, а 25 ноября с таким же прошением обращается и В.А. Зотов)[6]. В 1889 г. В.А. Зотов подает прошение об открытии бесплатной библиотеки для рабочих, а дело об открытии библиотеки-читальни при Кашинской фабрике было заведено в 1905 г[7]. В 1896 г. Кашинское училище переехало в каменное здание, до сих пор поражающее своим размахом, – в нем сейчас помещается поликлиника Большой Костромской мануфактуры, а в 1897 г. возводится самое высокое по тем временам здание Костромы – шестиэтажная кашинская сборная[8], и по сравнению с ней зотовские казармы для рабочих съеживаются и теряются: ведь открылось одно из самых благоустроенных рабочих общежитий России. Круглосуточно топились печи, рабочие пользовались своей мебелью, на каждом этаже были комнаты для игр детей, родители которых ушли на работу. В коридорах стояли харчевые шкафы единого образца, и лишь в полуподвальном цокольном этаже были нары, первоначально предназначавшиеся для временного проживания жителей заволжских и закостромских деревень, на время ледохода отрезанных от своих жилищ. В 1905 г. в этих помещениях разместили казаков, но для постоянного проживания рабочих они не использовались никогда.

Первоначально в каждой комнате предполагалось поселить семью из четырех человек, однако наследники братьев Третьяковых изменили это условие: «на четырех, работающих на фабрике». Из-за этого в нескольких комнатах оказалось по две семьи, что исказило первоначальный замысел[9].

В это время братья Зотовы были озабочены устройством богадельни при церкви Спаса на Запрудне. Устав ее был утвержден 22 октября 1893 г., а открыта она была лишь в 1896 г., на проценты с капитала в 7 тысяч рублей призревались 22 женщины и 11 мужчин[10]. При Кашинской фабрике богадельни не было, зато рядом со сборной в 1898/9 годах строится баня для рабочих, зотовская администрация решилась на эти расходы лишь в 1903 г. [11]

С семидесятых годов около обеих фабрик постепенно начинают отстраиваться больничные комплексы: только Зотовы размещают стационар и амбулаторию в одном каменном двухэтажном здании, а Кашины и Третьяковы предпочитают признанный более перспективным павильонный принцип размещения.

Конечно, побудительными мотивами в этом благотворительном марафоне было не только сострадание к рабочим, но и желание видеть их здоровыми и трудоспособными, – но что же в этом дурного? Да, иногда это использовалось и в целях рекламы: все прейскуранты непременно содержали подробное описание всего

комплекса благотворительных учреждений, и это свидетельствовало о том, что предприятие стоит надежно, с его хозяевами можно иметь дело без опасений. Но ведь сообщаемые сведения были чистой правдой, и если там было написано, что при фабрике товарищества Большой Костромской льняной мануфактуры – ясли, так они и стояли прямо рядом с промышленными корпусами.

Другое дело, что здание давно устарело, помещения стали тесны, из года в год приходилось отказывать нескольким десяткам родителей, – но узнать об этом можно было уже не из рекламных проспектов, а из ежегодных «Отчетов по благотворительным учреждениям фабрик Товарищества Новой Костромской льняной мануфактуры», с 1908 г. ежегодно печатавшихся в губернской типографии. И об этом узнавали не только свои и сторонние люди, но и сами хозяева: и к 1916 г. на плане значится: «начат строительством дом» – по инициативе нового директора фабрики, преемника Кашиных, В.А. Шевалдышева, строятся каменные ясли в стиле модерн (сейчас – профилакторий Большой льняной мануфактуры)[12].

Эти отчеты вообще замечательны своей откровенностью: это было одной из форм связи специалистов – врачей, педагогов – с администрацией предприятия. Тщательнейшим образом отслеживается, в каких цехах какие заболевания преобладают, какие меры возможны, чтобы преодолеть распространение инфекции; в школе следят за объемом грудных клеток и предписывают меры по креплению ослабленных, ратуют за введение горячих завтраков и радуются тому, что больничный двор приведен в порядок. Во всем чувствуется конструктивный подход к делу: вот осознана проблема, возможны такие-то пути решения.

В 1896 г. Михин сдал свою фабрику двум арендаторам – С. Сидорову и ярославцу Курочкину. Это резко обострило борьбу между фабрикантами за рабочие руки. «Теперь не может быть и речи о том, чтобы мы могли пустить свою фабрику день и ночь. – горюет Н.К. Кашин. – Придется употребить все зависящие от нас меры для того, чтобы удержать свой народ от перехода к Сидорову и Курочкину. Я всегда был против своего лабаза, а также против потребительского общества (которое, во всяком случае, дало бы лишнюю работу и отнимало бы у меня время); но теперь придется обязательно открыть при фабрике потребительское общество и повести это дело как можно энергичнее»[13].

Остается только сказать, что вести дело энергично Н.К. Кашин умел, и трехэтажное здание потребительского общества рабочих и служащих было построено и стоит до сих пор (гастроном № 1), а позже у соседей Калашниковых было куплено двухэтажное деревянное здание, в котором разместилась библиотека общества, а рядом с ней – чайная[14].

Пожалуй, только смерть прервала это соперничество. Один за другим умерли Сергей (1892) и Павел (1898) Третьяковы. В 1905 г. умер Н.К. Кашин, в 1908 – В.А. Зотов. В 1913 г. умерла и сестра Н.К. Кашина, Ольга Константиновна Олихова, оставив значительные средства на устройство школ в Костромском уезде. Но благотворительная деятельность продолжалась и преемниками, пришли другие владельцы, но на самом деле прекратить это смогли только война 1914 года и революция 1917.

---

[1] Сизинцева Л. Доброе дело в отечестве нашем. Губернский дом. - 1995. - №5. - С. 51-53.
[2] ГТГ, 1/4966.
[3] См.: ГАКО, ф.426, оп.1, д.120.
[4] ГАКО, ф. 497, оп.2, д.2470, л.11 об.
[5] Пирогов В. Очерки фабрик Костромской губернии. Кострома, 1884. С. 202-205.
[6] ГАКО, ф.444, оп.1, д.98, л.2, 8-9 об, 16-19.
[7] ГАКО, ф.133, оп.34, д.1; оп.2 д.д. 13739, 14140.
[8] ГАКО, ф.137, оп.1, д.1613, 1727.
[9] По рассказам старожилов, записанных в 1960-х гг. Н.Н. Яблоковой и М.Д. Шаховой (Костромской музей-заповедник).
[10] Обзор Костромской губернии за 1910 год. Кострома, 1911, с.35.
[11] ГАКО, ф.137, оп.1, д.1927; Журналы заведений Костромской городской думы за 1903 год. Кострома, 1904. С. 250-251.
[12] ГАКО, ф. 207, оп.1, д.6409, л. 11-12 об.
[13] ГТГ, 1/4947.
[14] ГАКО, ф.207, оп.1, д.6409.

Фотографии – из фондов Костромского музея-заповедника.

Слесари фабрики Товарищества Новой Костромской льняной мануфактуры. 1900-е гг.

L'Oréal Россия провела 7-ой День Социальной Ответственности

Российский филиал группы L'Oréal провел седьмой День Социальной Ответственности компании. Это день солидарности и мобилизации сотрудников, в течение которого они могут участвовать в волонтерских акциях в таких областях, как забота о пожилых людях, социальная интеграция, помощь в занятости, поддержка людей с инвалидностью, забота об окружающей среде и др. В этом году 700 сотрудников приняли участие в различных социальных инициативах.

Самой масштабной акцией стал выезд в Звенигород: 400 сотрудников раскрасили 3500 кв. м забора, окружающего территорию Звенигородского психоневрологического интерната (ПНИ), в котором проживает 421 человек – люди с ментальной инвалидностью. На территории также установили скамейки, чтобы жители интерната могли проводить больше времени на свежем воздухе. Корпоративные волонтеры приняли участие в парном футболе с молодыми людьми с нарушениями развития и интеллекта.

А в московской Академии L'Oréal в это время парикмахеры, визажисты и мастера маникюра создавали новые прекрасные образы для девушек с инвалидностью и их мам. День красоты не только стал настоящим праздником для гостей мероприятия, но и подарил много положительных эмоций самим мастерам, среди которых были выпускницы проекта «Красота для лучшей жизни» – многодетные мамы, обучающиеся искусству парикмахерского дела и ногтевого сервиса на благотворительной основе. Партнерами мероприятий стали РООИ «Перспектива» и благотворительный фонд «Лучшие друзья».

Еще одна группа сотрудников компании приехала раскрашивать и украшать стены в Российской Детской Клинической Больнице, а также посадила цветы и установила раскрашенные детьми деревянные фигуры во дворе, чтобы радовать маленьких пациентов и их мам, выходящих на прогулки. Дети с удовольствием присоединились к процессу превращения больничных стен в волшебный мир бабочек, жар-птиц и сказочных зверей. Акция прошла при поддержке благотворительного фонда «Подари жизнь», который опекает отделения гематологии, химиотерапии и трансплантации костного мозга в этой клинике.

Завод L'Oréal в Калужской области по традиции провел День Социальной Ответственности L'Oréal в партнерстве с благотворительным фондом «Кто, если не Я?». Сотрудники завода приняли участие в следующих акциях: поездка в приют «Забота» Боровского района с проведением развлекательной программы, организацией чаепития и небольших подарков для детей; поездка в Дом ветеранов Обнинска для общения, чаепития и вручения подарков от компании; уборка и облагораживание территории районной школы-интерната «Надежда».

Также традиционными ежегодными акциями для сотрудников офиса и завода остаются донорство крови и сбор вещей для социально незащищенных категорий граждан. Сотрудники офиса собрали более 200 кг необходимых вещей для благотворительного фонда «Созидание» и Звенигородского ПНИ, а сотрудники завода – для Центра социальной помощи семье и детям в Кондрово Калужской области.

В донорской акции приняли участие 83 человека. Сумму, положенную каждому донору в качестве дотации на питание, сотрудники передали в благотворительный фонд «Подари жизнь», сделав, таким образом, вклад в покупку необходимых лекарственных препаратов для двух подопечных фонда – мальчиков Бахтиера и Вовы.

Команда из Ростова-на-Дону покрасила 2 беседки в Ростовском центре помощи детям, навела порядок на игровой площадке и подарила детям сладости и игрушки; а сотрудники из Волгограда помогли убрать территорию Дома ребенка и закупили стиральные порошки и средства для ухода за ребенком.

«Мне очень приятно видеть командный дух и энтузиазм, которые проявляют наши сотрудники во время Дня Социальной Ответственности L'Oréal! Это важная социальная инициатива, и ежегодно этот день становится хорошим примером мобилизации и сознательности всей большой команды L'Oréal Россия. Благодаря таким мероприятиям, у сотрудников появляется возможность познакомиться с волонтерской деятельностью и стимул проявлять социальную ответственность в повседневной жизни», – сказал генеральный секретарь L'Oréal в России Жорж Шишманов.

Сотрудники всех подразделений и отделов L'Oréal – зарубежных филиалов, главного офиса, исследовательских центров, заводов и т.д. – участвуют в самых разных активностях: акциях в сфере окружающей среды, ремонте детских учреждений, обучении социально-незащищенных категорий граждан, участии в благотворительных марафонах.

Citizen Day, или День Социальной Ответственности L'Oréal, существует с 2010 года. Рождение подобной инициативы было обусловлено празднованием столетнего юбилея группы L'Oréal в 2009 году, когда во всем мире одновременно были запущены 100 социальных проектов, и сотрудники компании были приглашены к участию в качестве волонтеров. С тех пор группа L'Oréal взяла на себя обязательство ежегодно мобилизовать своих сотрудников во всем мире с целью вносить вклад в развитие общества и окружающей среды.

День Социальной Ответственности L'Oréal – одно из направлений в области обязательств устойчивого развития группы L'Oréal. Крупнейшие международные проекты, реализуемые группой: «Для женщин в науке», «Парикмахеры против СПИДа», а также проект «Красота для лучшей жизни».

Объявлены лауреаты V ежегодной Премии «Импульс добра»

В Концертном зале правительства Москвы состоялась торжественная церемония награждения лауреатов V Премии «Импульс добра», вручаемой за вклад в развитие и продвижение социального предпринимательства в России. Премия проводится по инициативе Фонда региональных социальных программ «Наше будущее», учрежденного российским бизнесменом Вагитом Алекперовым.

Пятый год подряд Премия «Импульс добра» отмечает людей и организации, деятельность которых способствует развитию и укреплению института социального предпринимательства в России. Церемония награждения лауреатов Премии по праву считается одним из ключевых событий в области российского социального предпринимательства.

«Значение Премии трудно переоценить: на сегодняшний день это самое масштабное событие в жизни российского социального бизнеса. Сегодня у нас есть возможность увидеть, какую эволюцию прошло социальное предпринимательство за минувший год, познакомиться с новыми инновационными проектами и прорывными идеями, приобрести новых друзей и партнеров, – подчеркнул учредитель Фонда «Наше будущее» Вагит Алекперов. – Наша премия за эти годы действительно послужила настоящим импульсом добра и созидания. Начать свое дело, тем более в таких непростых экономических условиях как сегодня, трудно, и для этого необходима личная смелость. Уверен, что те позитивные примеры, которые сегодня стали известны благодаря Премии, подтолкнут многих к тому, чтобы встать на предпринимательский социальный путь».

В обращении руководителя Администрации президента РФ Сергея Иванова говорится: «Считаю ваш проект, нацеленный на развитие и продвижение социального предпринимательства в нашей стране, модернизацию социальной сферы — важной и востребованной инициативой, весомым вкладом в укрепление государственно-частного партнерства в интересах повышения качества жизни граждан. Отрадно, что это начинание получило широкую общественную поддержку и с каждым годом вовлекает в орбиту своей деятельности все больше неравнодушных, чутких людей, чья жизненная и гражданская позиция заслуживает искреннего уважения».

«Сегодня уже можно со всей ответственностью сказать, что социальное предпринимательство взрослеет, – отметил Председатель Правительства РФ Дмитрий Медведев в своем обращении к гостям и участникам церемонии. – Мы видим, как из отдельных, разрозненных проектов оно вырастает в серьезное общественно-экономическое движение, в полноправного партнера государства. Сегодня социальный бизнес участвует в решении целого ряда важнейших задач: от дошкольного образования до молодежного туризма, от поддержки людей старшего возраста до развития удаленных территорий. Уверен, что среди отмеченных в этом году премий «Импульс добра» есть немало инициатив, которые в дальнейшем смогут оказать решающее влияние на продвижение государственно-частного партнерства и аутсорсинга социальных услуг».

В 2016 году на соискание Премии поступило 305 заявок из 57 регионов страны. Лидером по числу поступивших обращений стала номинация «За личный вклад в развитие социального предпринимательства» (155 заявок). Было отобрано 9 лауреатов в 7 номинациях. Регионами, приславшими наибольшее количество заявок, стали Москва, ХМАО — Югра, Московская область, Санкт-Петербург и Кемеровская область.

Лауреаты премии 2016 года

Первое место в номинации «За личный вклад в развитие социального предпринимательства» занял Илья Ковалев, инициатор создания АНО «Агентство инвестиций в социальную сферу», работающей над модернизацией социальной инфраструктуры субъектов РФ. Агентство реализуется инициатива «Новая скорая и неотложная помощь», благодаря которой в период с 2013 по 2016 годы в семи субъектах РФ было обновлено 400 автомо-

билей скорой помощи. Проект позволил улучшить условия труда более 1300 водителей и обеспечить доступ к качественным медицинским услугам 4 млн человек. Также по инициативе лауреата был запущен проект «Футбольная Россия», который позволил построить в Омской области крытый футбольный комплекс. До 2018 года в субъектах РФ планируется открытие не менее 100 подобных футбольных полей. Совокупный объем инвестиций в проект в 2016 году составит до 300 млн рублей.

Второе место в той же номинации было присуждено социальному предпринимателю из Ростова-на-Дону Екатерине Беляк за проект «Музей интерактивных наук «Лабораториум», направленный на популяризацию науки и повышение интереса молодежи к изучению окружающего мира. Интерактивные экскурсии и практикумы «Лабораториума» дают посетителям возможность наглядно познакомиться с такими науками, как физика, математика, биология, культурология. В партнерстве с преподавателями ведущих вузов Екатериной Беляк разработана система современных интерактивных программ, включающих научные шоу, мастер-классы, практикумы, квесты, конкурсные системы и конференции. За два года музей в Ростове-на-Дону посетили около 140 000 человек.

В специальной номинации «За личный вклад в развитие социального предпринимательства» был отмечен Константин Хабенский за проект «Поколение Маугли» — уникальный музыкальный спектакль, главные роли в котором играют талантливые дети из разных регионов России, а также известные актеры и музыканты. К настоящему моменту было сыграно 36 спектаклей, которые посмотрели около 40 000 зрителей в 5 городах России. Деньги, зарабатываемые проектом, идут на лечение детей с онкологическими заболеваниями: к настоящему моменту благодаря «Поколению Маугли» было собрано порядка 14 млн рублей. Эта сумма позволила оплатить лечение 21 ребенка.

Премию «За лидерство в продвижении социального предпринимательства» получил президент Российского союза промышленников и предпринимателей Александр Шохин. РСПП под его руководством занимается системной поддержкой социального предпринимательства, которое становится частью программ корпоративной социальной ответственности, реализуемых крупным бизнесом и государственными структурами. Награду в данной номинации вручили первый заместитель председателя Комитета Совета Федерации по социальной политике Людмила Косткина и депутат Государственной Думы Михаил Терентьев.

Лауреатом в номинации «За лучшую региональную программу поддержки социального предпринимательства» стал регион ХМАО — Югра. Награда была вручена губернатору ХМАО — ЮГРА Наталье Комаровой. Развитие социального предпринимательства является одним из приоритетных направлений для региона. За 2015 год в ХМАО было проведено свыше 100 образовательных и информационно-консультационных мероприятий, в которых приняли участие более 2 000 человек. Также за это время было открыто более 120 социальных предприятий, а товарами и услугами, произведенными социальным бизнесом, воспользовались более 10 тысяч человек.

Премию «За лучшее освещение социального предпринимательства средством массовой информации» получил Первый канал. В 2015 году социальные предприниматели становились героями сюжетов и приглашенными экспертами в различных программах, включая «Новости», «Доброе утро», «Вечерний Ургант» и «Модный приговор». Награду от лица Первого канала принял заместитель Генерального директора Дирекции информационных программ Первого канала Кирилл Клеймёнов. В качестве награждающих выступили член Совета Федерации Игорь Шубин и заместитель Председательства Правительства Московской области Денис Буцаев.

В номинации «За лучшую корпоративную программу по развитию социального предпринимательства» была отмечена горно-металлургическая компания «Норильский никель». Реализуемая лауреатом комплексная программа «Развитие социального предпринимательства в Заполярье» нацелена на создание новых жизненных сценариев для жителей моногородов, формирование благоприятной среды для бизнеса, привлечения инвесторов, установления партнерских отношений. В рамках программы организовано четыре обучающих курса, в которых приняло участие около 250 человек. Также в рамках программы в Норильске и Мончегорске созданы Клубы социальных предпринимателей.

Премией «За системный подход к социальному предпринимательству» была награждена Сибирская угольная энергетическая компания (СУЭК) — компания, которая одной из первых начала развивать и поддерживать социальное предпринимательство на территориях своего присутствия. За время реализации проектов компании стартовало более 80 социально-предпринимательских бизнесов, трудоустроено около 250 человек. С 2012 года СУЭК реализуется проект «Школа социального предпринимательства», оказывающий поддержку начинающим предпринимателям, с 2014 года в Кемеровской области работает «Школа тренеров по социальному предпринимательству», целью которой является создание инфраструктуры социального бизнеса в регионах присутствия компании. «В первую очередь, я хотел бы от имени нашей компании выразить большую признательность за высокую оценку нашего вклада в поддержку социального предпринимательства. Как и у многих крупных компаний, которые присутствуют сегодня на российском рынке, социально-ответственное ведение бизнеса является основой всей нашей деятельности. Мы стараемся реализовывать социальные проекты, и это делает процесс развития различных территорий, и в целом всей нашей страны, поступательным, стабильным и дающим надежду на то, что завтра жизнь будет еще лучше», – прокомментировал заместитель генерального директора, директор по персоналу и администрации АО «Сибирская угольная энергетическая компания» Дмитрий Сыромятников.

В номинации «За лучший молодежный проект в сфере социального предпринимательства» лучшим стал социальный предприниматель из Новосибирской области, создатель инновационного социально-образовательного кинопроекта «Лидер Фильм» Евгений Юматов. Проект лауреата раскрывает духовный и гражданский потенциал детей и подростков средствами нового направления образования — синема-педагогики. Команда «Лидер Фильма» создает оригинальные сюжеты, внедряя в них эффективные психологические программы. На сегодняшний день инновационный центр «Лидер Фильм» ведет активную деятельность в Новосибирске, Томске и Кемерово. Проект поддерживается на уровне Общественной палаты РФ: в 2015 году он вошел в топ-15 лучших социально ориентированных гражданских практик России.

В Премии «Импульс добра» приняли участие около 700 гостей, в число которых вошли государственные и общественные деятели, представители социального бизнеса, образовательных учреждений, средств массовой информации. Призовой фонд Премии 2016 года составил 1 650 000 рублей.

Французские и российские компании обсудили социальную ответственность бизнеса в Москве

Состоялась международная конференция «Корпоративная социальная ответственность: опыт международных компаний в российских реалиях», организатором которой выступила Франко-российская торгово-промышленная палата (CCI FranceRussie).

Обсудить лучшие российские и международные практики в области КСО собралось более 100 представителей компаний и фондов. «Отличие и преимущество нашей конференции в том, что она поистине международная. Франция – лидер в области КСО, и нам особенно важно сегодня, сравнивая международный и российский опыт, показать, как конкретно КСО может способствовать развитию бизнеса и какие практики применимы в России», - отметил генеральный директор CCI FranceRussie Павел Шинский. По итогам успешной конференции Франко-российская торгово-промышленная палата планирует развивать тему КСО: уже сейчас создана специальная рубрика на сайте «Новости КСО компаний-членов», которая будет регулярно обновляться.

Елена Феоктистова, управляющий директор Управления корпоративной ответственности, устойчивого развития и социального предпринимательства РСПП, рассказала о приоритетах в области КСО в мировой практике и о состоянии развития КСО в России: «Мы – часть мира и поэтому участвуем в общих процессах, но делаем это с учетом специфики и приоритетов страны».

Президент фонда Samu Social **Анн Мондолони** сделала вывод, что в подходах к КСО в России и во Франции есть значительная разница. В частности, во Франции закон, с одной стороны, обязует компании предоставлять ежегодный отчет о своей деятельности в области КСО, а с другой – поощряет их к такой деятельности значительными налоговыми льготами. По словам **Сама Эсседири**, основателя фонда «Футболка дарит жизнь» в России и во Франции, налоговые льготы по КСО могут достигать 60% для юридических лиц и до 70% – для физических лиц.

Заместитель генерального директора по связям с общественностью компании Трансойл **Александр Кармаев** отметил, что еще одним принципиальным отличием России от Запада, является рынок частных пожертвований. В США, например, его доля составляет 1,7 % ВВП, в то время как в России – лишь 0,22 %.

Мария Морозова, генеральный директор Благотворительного фонда Елены и Геннадия Тимченко, остановилась на роли частной благотворительности в России: «По статистике в кризис в России выросла доля частных фондов в общем благотворительном бюджете страны. Это не случайно. Программы КСО все-таки напрямую зависят от прибыльности самого бизнеса. Личная благотворительность в этом отношении может чувствовать себя свободнее. В кризисных условиях и мы, и наши учредители начинаем с особенным вниманием относиться к эффективности программ и устойчивости результатов».

Вадим Ковалев, первый заместитель исполнительного директора Ассоциации менеджеров России, и Ирина Бахтина, вице-президент по корпоративным отношениям, член Совета директоров Unilever Россия, выступившие модераторами конференции, отметили, что при построении системы КСО компаний нельзя забывать о целях развития тысячелетия ООН.

Елена Шипачева, менеджер по связям с общественностью Леруа Мерлен Россия, подчеркнула, что проекты КСО, реализуемые компанией, должны гармонировать с ее принципами и корпоративной миссией. Миссия Леруа Мерлен – сделать доступным для каждого ремонт и обустройство своего дома, поэтому одним из социальных проектов компании является помощь детским домам в ремонте и обустройстве и обучение воспитанников уюту и комфорту «домашнего очага».

Начальник управления по корпоративной социальной ответственности и бренду компании «Северсталь» **Наталья Поппель** представила социальные проекты компании, в частности, проект по поддержке материнства и детства в Вологодской области.

Поддержкой детей и молодежи, оказавшимся в трудной жизненной ситуацией, занимается и фонд «Поколение АШАН». В частности, руководитель фонда **Юлия Трубицына** рассказала о реализуемых проектах «Подари ребенку Новый Год», «Школа для всех!» и «Здравствуй, лето».

Директор по связям с общественностью «Ферреро Руссия» **Марина Татарская** представила проект «Видеопаспорт», реализуемый совместно с Тимуром Кизяковым. С 2006 г. в информационно-поисковой системе для усыновителей «Видеопаспорт» было создано 3 655 видеопаспортов для воспитанников детских домов, 2 734 из которых уже нашли новую семью. Спикер отметила важность правильного выбора партнеров и тщательного изучения проектов.

Марина Видо, менеджер по корпоративной социальной ответственности Sanofi Россия, отметила, что неотъемлемой частью КСО компании является внедрение оздоровительной программы внутри компании, в структуру которой входят такие элементы, как питание, физическая активность и профилактика.

Старший специалист по вопросам корпоративной ответственности и устойчивого развития Deloitte **Инга Трофимова** сказала, что компания идет по пути от традиционного волонтерства к probono, предоставляя свои профессиональные услуги на безвозмездной основе. В 2015 г. общее время волонтерской деятельности сотрудников Deloitte достигло 1300 часов, включая 300 часов probono и 400 часов использования волонтерами своих профессиональных навыков.

Маттье Гомар, генеральный директор Yves Rocher, отметил, что внедрение принципов КСО постепенно становится частью долгосрочной стратегии развития компаний. В рамках реализации этих принципов группа Rocher занимается сокращением потребления воды, энергии и бумаги в производственной цепочке, стремится обеспечить равный доступ к рынку труда для женщин и мужчин и проводит акции по озеленению.

Директор по связям с госорганами Danone Россия **Татьяна Ткаченко** продолжила тему устойчивого развития. Главное, на ее взгляд, корпоративное достижение Danone в области КСО – существенное снижение выбросов CO_2 на 42% в период с 2008 по 2014 гг.

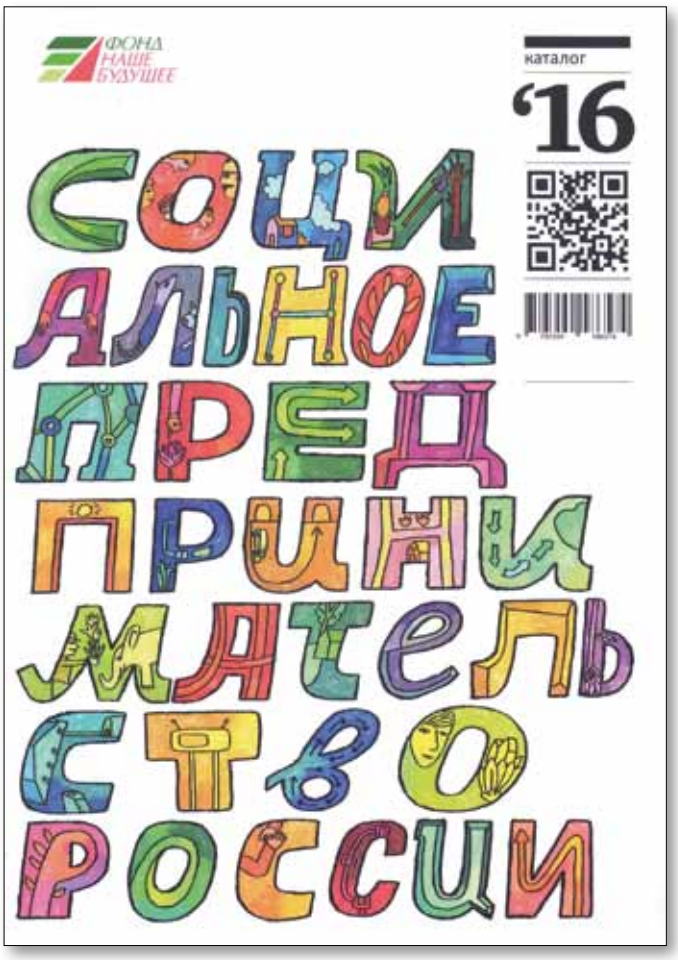
Также на конференции выступили **Андрей Бадер**, директор по корпоративным делам «Нестле Россия», **Анастасия Залогина**, президент фонда «Обнаженные сердца», и **Иван Никольский**, руководитель пресс-службы и пресс-секретарь Благотворительного фонда «Система».

Вышел каталог «Социальное предпринимательство России – 2016»

Это второе совместное издание фондов Gladway и «Наше будущее», в которое вошли лучшие проекты социальных предпринимателей страны по итогам 2015 года. Книга для тех, кто «ищет решения о самозанятости и выходе из кризиса, о поддержке субъектов малого бизнеса и некоммерческих предпринимательств». Составители уверены, что производство блага для общества – лучшее из экономически устойчивых производств, а социальные предприятия в будущем – значимая часть экономики в России.

Выпуск включает в себя уже 80 компаний (в прошлом году было 50). Этот рост показывает, что появляется все больше неравнодушных к общественным проблемам людей, которые готовы их решать, и этот сборник тому доказательство.

По словам Владимира Вайнера, книга может послужить основой для создания учебных курсов в вузах и учреждениях поддержки предпринимательства, источником сюжетов для средств массовой информации, уникальным материалом для помощи центрам инноваций социальной сферы. А также ключом к созданию реестров поставщиков социальных услуг и каталогом социальных товаров для торговых сетей.



Как оценить социальные результаты благотворительных программ компаний

Этой теме был посвящен круглый стол Форума Доноров «Оценка социальных результатов благотворительных проектов и программ». По приглашению компании JTI Джон Ллойд, руководитель London Benchmarking Group, представил международный стандарт оценки социальных инвестиций. Встреча прошла при поддержке АНО «Эволюция и филантропия» в офисе JTI в рамках проекта «Лидеры корпоративной благотворительности».

О том, как важно в благотворительной деятельности заниматься оценкой, не «причинять добро» вслепую, а анализировать его, Форум Доноров говорил весь прошлый год, который и был посвящен теме оценки. Годом раньше в проекте «Лидеры корпоративной благотворительности», организатором которого являются деловая газета «Ведомости», Форум Доноров и сеть аудиторско-консалтинговых фирм PwC, появился специальный приз «За развитие и продвижение культуры оценки в корпоративных благотворительных программах». В 2016 году приз вручает Автономная некоммерческая организация поддержки и развития инноваций в социальной сфере «Эволюция и Филантропия».

Кейсы лауреатов «Лидеров корпоративной благотворительности» и модель London Benchmarking Group, представленные на круглом столе, – примеры удачного подхода к оценке, которым стоит скорее вдохновляться, но не копировать вслепую.

Для чего компаниям нужно оценивать социальные результаты рассказала Ольга Евдокимова, директор «Эволюции и Филантропии», представив критерии отбора победителей спецприза. Среди приоритетов – системность процессов измерения результатов благотворительной деятельности в компании. Это предполагает изначальную формулировку результатов; регулярность проведения оценки, принципы и порядок которой регламентирован и прозрачен для заинтересованных сторон.

При выборе победителя специального приза будет уделяться внимание тому, насколько компания заинтересована в инвестициях в развитие своего оценочного потенциала, в повышение квалификации, как персонала, так и своих партнеров-НКО и грантополучателей.

Большое преимущество компании-участника «Лидеров корпоративной благотворительности» – практическое использование полученных данных оценочных исследований. Задача максимум – публичное освещение результатов проведенной оценки благотворительной деятельности (включение в публичные отчеты, обсуждение в профессиональном сообществе и пр.). Последнее пока, скорее, исключение из правил не только в России, но и в международной практике.

Один из инструментов, апробированных на сотнях крупнейших компаний мира, представил руководитель практики LBG (London Benchmarking Group) Джон Ллойд.

LBG — это матрица, где можно поставить рядом и наглядно сравнить ресурсный вклад (input), непосредственные результаты, созданные продукты (output) и социальный эффект (impact). Помимо учета того, сколько денег было затрачено на программу, сколько времени заняла ее реализация (и сколько стоило это время), какова себестоимость «нефинансовых вкладов», учитывается также польза для сообщества (например, число людей, получивших поддержку), польза для бизнеса (тут тоже количественный подсчет) и способы усиления воздействия (дополнительные источники поддержки социально значимой деятельности). Как отмечает Джон Ллойд, модель LBG универсальна как для простых одноразовых проектов, так и масштабных. Кроме того, такая матрица позволяет сравнивать различные программы между собой.

По мнению Джона Ллойда оценка социальных эффектов – это помощь в управлении инвестициями, планировании стратегии (и корректировки старой), кроме того, это неплохая база для внешнего аудита и имиджевых составляющих: по результатам оценки всегда видно, что компания обещала, а что сделала на самом деле. Как подчеркнул выступающий, не стоит забывать, что итоги этой работы действуют не только вовне, но и существенно повышают самооценку и энтузиазм сотрудников.

Часто на пути к эффективной оценке стоят различные преграды: стереотипы о том, что это долго и дорого, требует высококвалифицированных кадров, а простые сотрудники не в состоянии справиться с задачей. На самом деле, уверен Ллойд, затраты можно свести к минимуму и поручить оценку перспективному специалисту — для этого стоит использовать стандарт LBG.

Во второй части круглого стола были представлены кейсы российских компаний, чьи достижения в области оценки социальных результатов благотворительных программ привлекли особое внимание организаторов проекта «Лидеры корпоративной благотворительности».

Дмитрий Агишев, руководитель Департамента связей с общественностью и корпоративных отношений Дойче Банка, поделился опытом своей организации. Дойче Банк начал первым в России использовать систему LBG, поэтому у банка накоплен большой практический опыт по ее применению. По мнению Дмитрия, LBG – самая всеобъемлющая система оценки эффективности проектов КСО на сегодняшний день. LGB рассматривает как сами инвестиции в социальную среду, так и влияние программ КСО на общество. Благодаря этой модели можно сравнивать проекты компании между собой и проекты конкурентов. Это гибкая модель, которая легко интегрируется в уже существующие системы, она наглядно позволяет оценить, эффективность или объем каких видов инвестиций необходимо увеличить или скорректировать. Несколько лет назад Дойче Банк на основе модели LBG разработал свою собственную модель оценки эффективности программ КСО – Global Impact Tracking (G.I.T.).

Александр Архипов, директор по корпоративной благотворительности и внутренним коммуникациям JTI в России, также признался, что их компания пользуется методикой LBG. Для того чтобы сегодня считаться социально ответственным бизнесом, недостаточно только выделять ресурсы на благотворительные программы. Используя свои знания и компетенции, бизнес должен гарантировать обществу эффективность инициатив, которые он поддерживает, подчеркнул Александр Архипов. Самое интересное в опыте оценки JTI – это внутренний и внешний бенчмаркинг. Как сравнивать программы, кардинально повышающие качество жизни тридцати человек, с проектами, охватывающими тысячи людей? Здесь на помощь приходит база данных, которая позволяет сопоставить похожие программы в разных странах. Система, созданная JTI, объединяет сведения о проектах, реализуемых во всех странах присутствия компании.

Стоит также добавить, что JTI – обладатель того самого специального приза «За оценку социальных результатов благотворительных проектов и программ» проекта «Лидеры корпоративной благотворительности-2015».

Завершающим кейсом прозвучал опыт «Данона», который представила Татьяна Ткаченко, GR-директор компании. Как призналась Татьяна, их социальный проект – это не совсем благотворительность, ведь компания не привыкла отделять социальный подход от бизнеса. Корпоративная программа оттолкнулась от проблемы, которая знакома всем, кто занимается производством молока в России: по результатам исследования наша страна ежегодно недополучает 1 млн тонн молока в год. Решить ее, можно через открытие новых ферм или через использование старых, увеличив надои, что значительно экономнее. Чтобы повысить надои с каждой коровы на 300 кг необходим комплекс мер: это и оснащенность ферм необходимым оборудованием, и планирование производства, но главное – уровень подготовки персонала. Для этого была открыта экспериментальная учебная ферма – «Молочная Бизнес Академия», где сотрудники ферм со всей России могли пройти стажировку по повышению квалификации. Для поступающих в «Молочную Бизнес Академию» и ее выпускников компания «Данон» проводила тщательную оценку знаний и навыков. Увеличение надоев на 6% повышало прибыль с одной коровы на 7%. Оценить эффективность программы оказалось довольно просто: повышение квалификации сотрудников увеличило надои ровно на столько, сколько килограмм молока дала бы новая построенная ферма.

Следующие встречи Проект «Лидеры корпоративной благотворительности» Форума Доноров будут посвящены номинациям и специальным призам проекта.

«Нестле» продолжает развивать концепцию КСО «Создание общих ценностей»

Дарья Волчкова,
РГГУ

Компания «Нестле» является лидером и экспертом в области правильного питания и здорового образа жизни, занимая второе место по производству пищевой продукции на рынке России. Именно поэтому вопросы качества продукции и используемых ресурсов всегда остаются актуальными и дают почву для создания глобальных программ.

В 2009 году компания начала реализацию концепции «Создание общих ценностей», которая сфокусирована на трех ключевых направлениях: **питание** (производство отвечающих стандартам здоровья и доступности продуктов и напитков), **управление водными ресурсами** (сокращение их использованиякомпанией, работа с фермерами над совершенствованием методов водопотребления, обеспечения доступа к чистой воде и улучше-

ния ее очистки) и **развитие сельских областей** (содействие их развитию, помощь поставщикам в повышении качества продукции). Реализация этой программы была избрана в качестве основополагающего подхода к вопросам социальной ответственности компании перед обществом.

Только в этом году «Нестле» провела три крупных мероприятия, на которых были представлены дальнейшие планы по улучшению качества питания, обучению детей здоровому образу жизни, увеличению эффективности использования водных ресурсов, а также дальнейших инвестиций в устойчивое развитие Африки.

В марте состоялся организованный «Нестле» при поддержке Союза педиатров России IV **Всероссийский форум «Создание общих ценностей**. **Роль питания в раннем возрасте в формировании здоровья нации»**. Ведущие специалисты обсудили роль сбалансированного питания ребенка в раннем возрасте, влияние на его здоровье и качество жизни. Также был определен комплекс мероприятий, необходимых для повышения осведомленности общества в данной области.

Маурицио Патарнелло, глава «Нестле» в регионе Россия и Евразия, обратил внимание на важность здоровья, которое является базисной ценностью каждого человека и общества в целом. Это та основа, которая закладывается с раннего детства и во многом зависит от качества питания. Являясь экспертом в области детского питания, «Нестле» проводит различные программы, среди которых «Первые 1000 дней жизни. Расти Здоровым с первых Дней». Благодаря этой инициативе, действующей с 2006 года, ученые под эгидой ГУ НИИ питания РАМН выпустили методическое пособие, которое дает рекомендации молодым родителям в выборе оптимального питания для малышей и детей раннего возраста. Г-н Патарнелло отметил, что объединение усилий всех заинтересованных сторон на благо воспитания здорового поколения россиян – вклад компании в создание общих ценностей.

Спикеры форума рассказали о влиянии недостаточно сбалансированного питания на здоровье детей в раннем возрасте и на развитие хронических заболеваний в дальнейшем. Лейла Сеймуровна Намазова-Баранова, д.м.н., профессор, член-корреспондент РАМН, директор НИИ педиатрии «Научного центра здоровья детей» министерства здравоохранения РФ, сообщила о необходимости как можно раньше диагностировать и проводить профилактику социально значимых заболеваний, дополнить обучающие программы в вузах разделами, посвященными проблемам питания.

Участники форума пришли к единогласному мнению, что питание и здоровье детей раннего возраста является важной темой и должны быть основным направлением работы различных институтов власти, бизнеса, здравоохранения и НКО. От правильного питания в детстве зависит дальнейшее здоровье взрослого человека, а значит, и общества в целом.

С 1999 года при участии Института возрастной физиологии Российской академии образования (РАО), Министерства образования и науки РФ и Института питания Российской академии медицинских наук начала работу корпоративная обучающая программа для детей и подростков – «Разговор о правильном питании», которая призвана сформировать культуру питания как составляющей здорового образа жизни.

В июне «Нестле» провела знаковое мероприятие – **ежегодную международную конференцию «Воспитываем здоровое поколение»**, в которой приняли участие педагоги, воспитатели, представители региональных департаментов образования. Эксперты, представляющие профильные институты, министерства и клиники и ассоциации отметили, что участие родителей, детей и педагогов в программе существенно увеличилось. Мониторинг эффективности программы, проведенный в апреле-мае 2015 года, показал: почти 90% родителей, участвовавших в программе, повысили свои знания в организации питания детей, 87% заметили положительные изменения в поведении детей, связанном с питанием, более 94% родителей хотели бы, чтобы их дети продолжали обучение по программе, а более 96% детей понравилась данная программа.

За 17 лет существования «Разговора о правильном питании» число регионов-участников увеличилось до 56 – в планах этого года стоит задача охватить еще 4 региона. Также в этом году планируется запуск онлайн-школы по кулинарии для детей. На сегодняшний день было уже проведено 2 онлайн-урока, в которых приняло участие более 10 тысяч человек.

На конференции представители «Нестле Россия» рассказали о работе нового интернет-ресурса для педагогов, которые еще не получили учебно-методические тетради для обучения своих учеников правильному питанию. С помощью специального электронного конструктора учитель может организовать работу по программе в своем классе. Благодаря этому конструктору уже в первый год его запуска число участников программы возросло на 30 тысяч человек.

21 июня в Абиджане, Кот-д'Ивуар, прошел организуемый компанией «Нестле» VII **Глобальный форум «Создание общих ценностей»**, который в этом году был посвящен вопросам инвестиций в устойчивое развитие Африки. Разговор объединил различных представителей бизнеса, общественных организаций и государственных деятелей не только африканских стран, но и всего мира.

На панельных сессиях форума спикерами выступили: Кофи Аннан, Председатель Фонда Кофи Аннана, бывший Генеральный секретарь ООН, Майкл Е. Портер, профессор Гарвардской школы бизнеса, Пол Бюльке, Главный исполнительный директор Nestlé S.A.

Центральными темами разговора стали укрепление экономики и локальных сообществ Африки, повышение адаптивности фермерских хозяйств, вопросы здоровья и безопасности пищевых продуктов, а также инновационные подходы к сбалансированному и устойчивому экономическому росту. Также на форуме состоялась церемония вручения награды Nestlé Creating Shared Value Prize. Ежегодно этой премии удостаиваются социальные инициативы, реализация которых соответствует духу концепции «Создания общих ценностей» и помогает решить наиболее серьезные и насущные проблемы в области питания, управления водными ресурсами и развития сельских областей.

Социальный маркетинг – инструмент созидания будущего

Дарья Волчкова, РГГУ

В Общественной Палате РФ и в МИРБИС состоялась III Международная конференция «Социальный маркетинг и коммуникации», на которой эксперты коммуникационной отрасли, общественники, представители государства, бизнеса и НКО обсудили тренды социального маркетинга, применение его для развития третьего сектора и пути взаимодействия государства, бизнеса и третьего сектора экономики.

Директор по внешним коммуникациям АО «КРОС» и руководитель оргкомитета третьей конференции, Ольга Попова-Качелкина обратила внимание, что социальный маркетинг направлен не на освещение каких-то разовых событий, он должен нести в себе систему: «В частности, формат конференции это тоже эффективный рабочий инструмент, при правильной подаче информации. Ключевые темы нашей конференции, как и ее наполнение, год от года менялись, но смысл остается – это формирование рынка коммуникационных услуг на основе инструментов социального маркетинга».

Директор института стратегического анализа ФБК, профессор ВШЭ Игорь Николаев представил три концепции социального маркетинга и выразил надежду, что все они в итоге придут к согласованию: «Мы понимаем, что социальный маркетинг – это инструмент созидания будущего для снятия социального конфликта. Это особенно актуально для развитого государства. Бизнес имеет целью прибыль и не направлен на социальный маркетинг – это «концепция заказчика». Воздействие на социум, а не на индивида – это «концепция направленности», ярким примером служит КСО. Когда маркетинг направлен на решение стратегических задач – реализуется «концепция результата».

Директор Центра КСО Школы бизнеса МИРБИС, член Комитета по КСО РСПП, «Деловой России» Светлана Герасимова отметила, что бизнес должен вносить вклад в концепцию устойчивого развития и помогать решать задачи общества. «КСО идет в строну инноваций: от системы «бизнес отдельно, общество отдельно» к пониманию того, что бизнес должен создаваться и функционировать для решения общественных задач и для социума, например, социальное предпринимательство», – сказала Герасимова.

Член Совета Гильдии маркетологов, председатель оргкомитета первой конференции Максим Шматов прокомментировал: «Социальный маркетинг – это маркетинг изменений, направленный на внедрение и утверждение необходимых для социума идей. Место социального маркетинга на стыке социологии и маркетинга».

Участники встречи отметили стремительные перемены и развитие новых технологий в коммуникационной среде, и то, как это влияет на третий сектор. Эффективная деятельность НКО зависит от того, насколько быстро некоммерческие организации улавливают эти изменения, новые тенденции и умеют их внедрять и применять в своей работе.

Сейчас происходит изменение отношений бизнеса, государства и НКО, между ними постепенно стираются границы, коммуникация становится все более успешной, в связи с тем, что появляются новые средства коммуникации, а участники рынка становятся все более открытыми друг другу.

«Идет трансформация в целом бизнеса и соответственно его коммуникации с обществом. Потому что наиболее передовой бизнес становится не просто социально ответственным, а меняется его идеология общих ценностей. Пройдет несколько десятков лет, и граница между коммерческими и некоммерческими организациями сотрется. Уже сегодня бизнес интересует не только прибыль, но и какой вклад он вносит в устойчивое развитие общества. Погоня за сверхприбылью становится неприличной и даже невозможной», - резюмировала Елена Тополева-Солдунова.

В конце первого дня конференции собравшиеся отметили, что в России растет интерес к концепции устойчивого развития. В будущем планируется внедрять понятие социального маркетинга на всех уровнях соприкосновения государства, бизнеса и общества, а также создавать

социально активное и вовлеченное в улучшение окружающей действительности общество.

На второй день конференции в МИРБИС специалисты различных областей проводили лекции в рамках сессий «Маркетинг», «НКО» и «Бизнес».

В блоке «Маркетинг» Евгения Мальцева, директор компании Sponsor Consulting, рассказала о работе со спонсорами и партнерами мероприятий, Александр Подковыров, партнер «Центра коммерциализации инноваций», на семинаре «Актуальные практики ускорения развития компаний: методики, решения, социальные коммуникации» рассказал о работе акселераторов, которые служат для ускорения развития проектов.

Мария Забурмах, психолог, бизнес-консультант, волонтер Музея предпринимателей и меценатов, захватила всех присутствующих своей лекцией «Вдохновляющие примеры. Социальный маркетинг прошлого и будущего», позволив, не только слушать, но и участвовать в лекции. Гости с помощью приведенной таблицы могли проанализировать себя, свои проекты, бизнес, на какой стадии он находится, кого захватывает, на кого направлен.

На лекции «Лучшие социальные проекты СМИ» (ведущая Екатерина Коляда, АКМР) вместе с представителями фондов «Орби» и «Наше будущее, компании МТС, радиостанции «Орфей» и газеты «Комсомольская правда» рассказывали о сотрудничестве НКО и бизнеса, о проектах «Жизнь после инсульта», конкурсе «Википедия» и ежегодной премии «Импульс добра», о музыкальном проекте «Возрождая наследие композиторов» и «Кнопке жизни».

Анастасия Ложкина, директор по фандрайзингу благотворительного фонда «Арифметика добра», в блоке «НКО» на лекции «Фандрайзинг и социальный маркетинг» раскрыла тонкости работы сайта фонда, особенности развития и продвижения проектов.

Александр Добровольский, научный руководитель Института Внесистемного Анализа, на лекции «Социальный маркетинг – как становятся миллиардером и кому это нужно?» обратил внимание слушателей на то, что они сами должны понять, в какой области бизнеса находятся и, в зависимости от этого, выбирать необходимые инструменты продвижения проектов.

Обсуждение успешных практик и взаимодействий как метод пропаганды социального предпринимательства

Мария Костюк,
РГГУ

В Торгово-промышленной палате Российской Федерации состоялся круглый стол «Социальное предпринимательство в России», приуроченный к Международному дню социального бизнеса. Участники круглого стола обсудили состояние и перспективы социального предпринимательства в России.

Модераторами круглого стола выступили вице-президент ТПП РФ Елена Дыбова и директор Фонда «Наше будущее» Наталия Зверева.

Открывая заседание, Президент ТПП РФ Сергей Катырин отметил, что проводить мероприятия по теме социального предпринимательства стало доброй традицией, как в федеральной Палате, так и в региональных. «Задача, которую мы перед собой ставим - это сориентировать депутатов на развитие социального бизнеса» - отметил президент ТПП. Он также наградил директора Фонда «Наше будущее» Наталию Звереву почетной грамотой за вклад в развитие социального предпринимательства в России.

Она обратила внимание на то, что существенным шагом в этой сфере стало утверждение дорожной карты и подготовка законопроекта о социальном предпринимательстве, который предполагает закрепление соответствующего статуса. Уже в 2016-2017 годах понятие «социальное предпринимательство» будет определено на законодательном уровне.

Первый заместитель председателя Комитета Государственной Думы по жилищной политике и жилищно-коммунальному хозяйству Елена Николаева подчеркнула, что социальное предпринимательство активно развивается, особенно благодаря закону о государственно-частном партнерстве, который позволил войти бизнесу в те сферы, где раньше работало только государство.

Обсуждение успешных программ, как показывает практика, является более действенным методом распространения тренда социального бизнеса.

Модератор круглого стола Елена Дыбова рассказала о проекте ТПП РФ «Навигатор успеха». Вице-президент выразила надежду, что эта еженедельная памятка будет служить информационной, юридической, бухгалтерской поддержкой социальных предпринимателей: 2 раза в неделю палата будет присылать отчеты, формы отчетов и всю необходимую для предпринимательской деятельности документацию. Она также упомянула проект «Забота», организованный рязанской ТПП.

О самой программе подробно рассказал вице-президент ТПП Рязани Алексей Яшкин. За основу социальной программы «Забота», стартовавшей в октябре 2012 года, была взята успешная практика Химкинской ТПП, проект «Ветеран». Рязанский вариант программы расширил список категорий льготников, имеющих право на получение карты «Заботы», сегодня он составляет 18 категорий: инвалиды (I, II III группы); жители блокадного Ленинграда; инвалиды и участники ВОВ; вдовы участников ВОВ; бывшие узники концлагерей; труженики тыла; семьи, имеющие детей-инвалидов; многодетные семьи; дети репрессированных; граждане старше 80 лет; ветераны труда; участники ликвидации аварии на Чернобыльской АЭС; вдовы участников ликвидации аварии на Чернобыльской АЭС; вдовы погибших в локальных войнах; граждане, получающие социальные пенсии по старости; граждане, получающие социальные пенсии по потере кормильца. По карточке «Забота» уже получили товар с 15-20% скидкой 240 000 человек рязанской области.

Программа позволила не только оказывать реальную помощь людям с невысоким достатком, но и поддержать местных производителей продуктов питания и торговли. «Если в начале действия программы в социальной торговой сети было всего 14 продовольственных магазинов, то в настоящее время их – 63. Перечень продуктов питания, которые можно приобрести по картам «Заботы», также значительно расширился. Как правило, их поставляют известные фирмы, давно заслужившие доверие потребителей не только в нашем регионе», - отметил спикер.

В январе 2013 года к городской программе «Забота» подключились химчистки, сеть ортопедических салонов, которые стали оказывать услуги населению со скидкой 20%. Такую же скидку на все услуги предлагает льготникам художественный салон «Этюд».

К «Заботе» проявляют все больший интерес предприятия и организации, индивидуальные предприниматели самых разных направлений деятельности.

Руководство Рязанского драматического театра тоже заинтересовала социальная программа, и в 2014 году они сделали подарок для всех любителей искусства. Они предоставили возможность владельцам социальных карт посещать театр по четвергам и воскресеньям при цене двух билетов со скидкой в 50%. То есть на один билет на спектакль или концерт фактически смогут пойти двое.

В ходе мероприятия выступили и другие эксперты. О том, как социальное предпринимательство может стать трендом на рынке социального обслуживания, рассказала управляющий директор Фонда Общественное Мнение Елена Петренко; о том, как поддерживается спрос регионов на развитие социального предпринимательства и о взаимоотношениях государства и социального бизнеса рассказала заместитель директора Департамента развития малого и среднего предпринимательства и конкуренции Минэкономразвития России Олеся Тетерина; заместитель руководителя Департамента г. Москвы по конкурентной политике Александр Исаевич выступил с информацией о возможностях получения государственного заказа социальным предпринимателям; ректор РГСУ Наталья Починок представила доклад об образовании в сфере социального предпринимательства.

Директор Фонда развития медиапроектов и социальных программ Gladway, автор каталога «Социальные предприниматели России» Владимир Вайнер отметил, что помимо классических форм обучения и передачи опыта с помощью наставничества необходимо задействовать потенциал обмена опытом и информацией напрямую между действующими социальными предпринимателями. Роль своеобразных «информационных центров» в социально-предпринимательских сообществах могли бы, по мнению эксперта, сыграть региональные центры инноваций социальной сферы.

В ходе заседания эксперты обсудили самые актуальные проблемы социального бизнеса, наметили пути их решения и договорились проанализировать результаты работы на встрече в следующем году.

Егор Кудаков: «Секретов нет. Есть учеба, система, дисциплина и практика»

Егор Кудаков, руководитель направления социальных проектов ООО «ЕВМ», тренер «Центра РНО», директор 7, 8 и 9 международных конференций «Белые ночи фандрайзинга» ответил на вопросы «Бизнес общество».

- Завершилась 9 конференция по фандрайзингу «Белые ночи». Говорят, она была самой большой по представительству: более 70 экспертов и более 290 участников. Как вам удалось собрать такое представительное сообщество?

- Если посчитать волонтеров и организаторов, то было 390 человек. Это рекорд для конференции. Но это закономерно – мы начинаем подготовку к следующему событию сразу после окончания предыдущего. Пишем письма, собираем контакты, благодарим. Никакого секрета, мы просто хорошо и системно готовимся.

Ну и, конечно же, тема привлечения ресурсов очень актуальна. Каждый год что-то меняется, уходят и приходят доноры. Конференция нужна сообществу.

- Довольны ли вы результатами конференции, всё ли из задуманного удалось воплотить?

- Лично я доволен. Главный вызов – это быть открытым для новых НКО и удивить старых. Нам это удалось.

- Чем вы гордитесь особенно?

- Самое сложное, это сделать подобное событие в девятый раз. Не так уж много в России конференций, которые не выдохлись за столько лет. Это главное достижение.

- Довольны ли вы донорами конференции, поддержкой бизнеса, грантодателей? Сложно ли было их привлечь?

- Самое сложное – это найти доноров, которые бы поддерживали инфраструктурные проекты. И мы очень благодарны тем, кто поддерживает нас. В этом году это Добро Мэйл.ру, Microsoft, Development Solution и еще 18 партнеров. Однако по-прежнему более 80% бюджета конференции – это регистрационные взносы участников.

- Специальным гостем конференции стал Энтони Майерс — крупнейший специалист в этой области. Как Вас удалось пригласить т эксперта такого уровня?

- Ну, мы же фандрайзеры! Писали десятки писем, провели десятки (без преувеличения) часов, разговаривая об условиях, подготовили индивидуальную недельную программу для Тони. А так – ничего сложного.

- Чем полезен был его опыт? Можно ли его тиражировать? Что бы вы из него взяли на вооружение для своей организации?

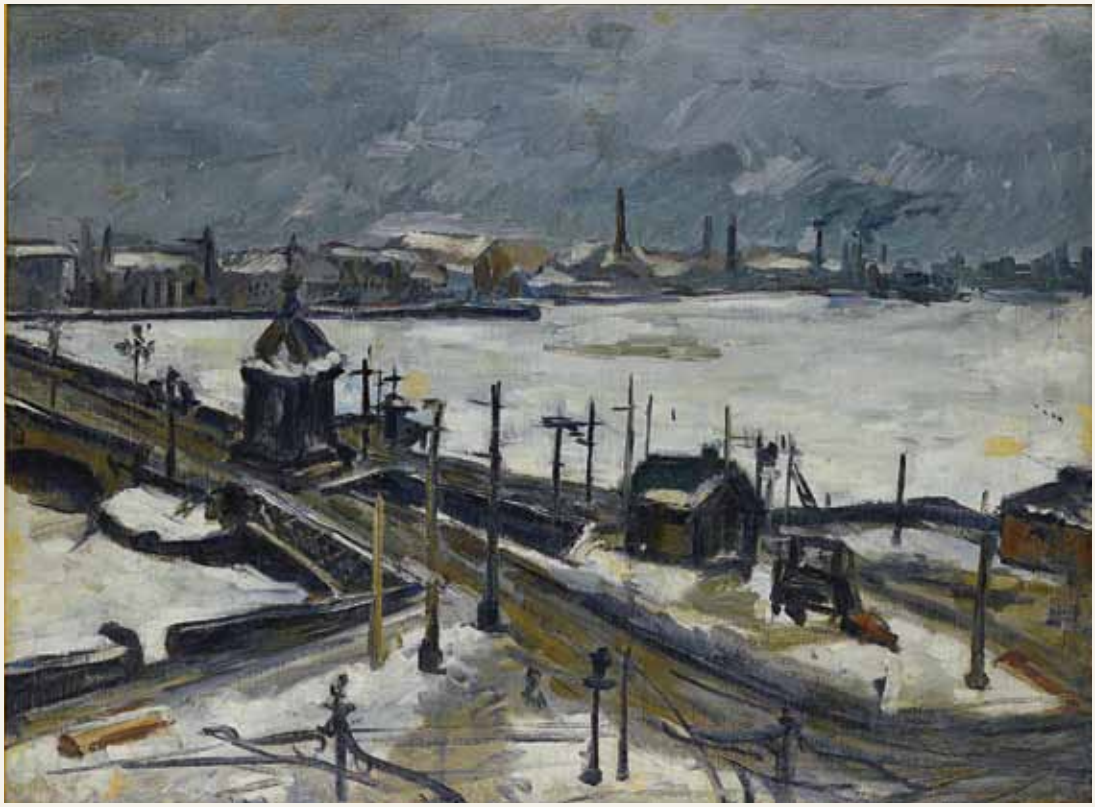
- Скажу за себя. Главное, что я усвоил, это то, что секретов нет. Признаюсь, я ждал какого-то откровения, какую-то фишку. Нет ее. Есть годы постоянной учебы, вымученная опытом система, жесткая дисциплина и практика, практика и еще раз практика.

- Что вы можете рассказать о российском сообществе фандрайзеров. Несколько лет назад появилась российская организация в этой области. Вы довольны ее работой? Какое она участие принимает в конференции?

- Можно сказать, что сообщество еще формируется. «Белые ночи» – это одна из важнейших для этого площадок. Пока что НКО сотрудничают в сфере фандрайзинга в большей мере на уровне обмена опытом, информирования и обучения. Появляются уже и совместные фандрайзинговые проекты – движение Добрых городов (Центр РНО), акция «Щедрый вторник» (Фонд КАФ), премия в области фандрайзинга (Ассоциация фандрайзеров).

Ну и конечно, тот факт, что Ассоциации фандрайзеров в октябре 2016 исполнится три года, говорит о том, что сообщество фандрайзеров – это не только красивые слова.

- Журнал «Бизнес и общество» держит в фокусе тему ответственности бизнеса. Если бы вы писали какие-то рекомендации для людей, работающих в



Зусман Леонид Павлович «Городской пейзаж с мостом»
Холст, масло. 1926

бизнесе, что бы вы им посоветовали? Как стоит сегодня делать КСО, благотворительность? Выстраивать стратегию?

- Бизнес сталкивается с противоречием, работая с НКО. Для компаний корпоративная социальная ответственность – это инструмент повышения конкурентоспособности. А для НКО – инструмент решения социальных задач. Для бизнеса, который хочет работать с НКО, важно найти таких партнеров, которые бы уважали и его задачи – ценили деньги, время и бизнес-задачи.

- И Ваш совет НКО, как «подружиться» с донором, признаки успешного диалога?

- Учиться смотреть на партнерство с чужой колокольни.

- Приведите примеры компаний, их проекты.

«Центр социальных программ» РУСАЛа, «Родные города» Газпром Нефти, форум «Город – это мы!» Норильского никеля.

- Приведите примеры НКО, которые успешны в фандрайзинге.

- Детские деревни SOS, Даунсайд Ап.

-Как вы видите перспективы развития КСО, социального партнерства?

- Уверен – за партнерством будущее. Чем больше профессиональных НКО, тем больше у компаний смысла с ними работать. Растет и доверие, и количество удачных кейсов.

- Ваши пожелания следующей конференции.

- Следующая конференция – юбилейная. Сейчас мы думаем над тем, где и как ее провести, чтобы снова было необычно и интересно, а также, кого позвать. Идеи принимаются!

Александра Григорьевна Кольцова-Бычкова «Натюрморт с чайником и зеленым луком».
Холст, масло. 1937-1938

Подписка на журнал «Бизнес и общество»

Статус подписчика	Кол-во №№	Стоимость (руб.)
Коммерческая организация	1	1600-00
	3	4800-00
	6	9600-00
Некоммерческая организация	1	800-00
	3	2400-00
	6	4800-00
Физическое лицо	1	500-00
	3	1500-00
	6	3000-00
Благотворительная подписка	1	3500-00
	3	10500-00
	6	21000-00

НДС не взимается.
Периодичность выхода журнала – 1 раз в 2 месяца. Более подробную информацию можно узнать по телефонам +7499 972-18-06 или по электронному адресу pr@b-soc.ru.

О корпоративном художественном собрании ЮниКредит Банка

ЮниКредит Банк

ЮниКредит Банк является частью международной Группы UniCredit, которая рассматривает культуру как средство содействия социально-экономическому развитию, а также открытому диалогу об инновациях. Группа UniCredit располагает коллекцией произведений искусства, насчитывающей более 60 000 экспонатов, среди которых произведения античного искусства, шедевры таких мастеров как Джироламо Савольдо, Досси Досси и Пьетро Лонги, а также обширная коллекция произведений современных художников и собрание более 4000 исторических и современных фотографий.

ЮниКредит Банк в России также является активным и успешным участником культурной и социальной жизни общества, следуя современной европейской модели деятельности крупной финансовой организации в области культуры.

Специальным проектом банка является художественное собрание работ русских художников поставангарда, что объясняется этической значимостью искусства, родившегося в диалоге с авангардом, и особой ролью, которую оно сыграло и продолжает играть в России. Первые приобретения ЮниКредит Банка сделал в 1993 году. Таким образом, собранию уже более 20 лет. В собрании Банка представлены как работы 20-30-х гг. XX века, так и произведения мастеров, участников художественного процесса того периода, созданные в более позднее время. Это отражает специфику подхода к формированию коллекции как собрания работ талантливых художников поставангарда, чье творчество отражает систему культурных, художественных и нравственных ценностей, возникшую в 1920-х гг. и сохранявшуюся на протяжении последующих десятилетий, претерпевая изменения, но оставаясь актуальным.

Искусство 20-30-х годов долгое время оставалось неизученным, большинство имен художников известны только искусствоведам-профессионалам. В связи с этим ЮниКредит Банк видит свою задачу в объединении, сохранении и популяризации искусства данного периода.

Сегодня в корпоративное собрание банка входят работы, относящиеся к независимому искусству, которое не получило официального признания в свое время, но представляет особую художественную ценность сегодня. Лучшие работы украшают головной офис ЮниКредит Банка в Москве.

В собрании хранятся редкие работы представителей русского поставангарда Даниила Черкеса, Леонида Зусмана, Ростислава Барто, Надежды Удальцовой, Антонины Софроновой и др. Среди наиболее ценных шедевров: «Сон» Леонида Чупятова, «Женщина в веках» Даниила Черкеса, «Пейзаж с железнодорожным мостом» и «В горах Армении» Александра Древина, а также редкая работа Надежды Удальцовой «Натюрморт с охотничьей сумкой и ружьем», вариант которой хранится в Третьяковской галерее в Москве.

Работы из собрания ЮниКредит Банка экспонировались в Москве в 2009 году на выставке «20 ярких русских лет. Русское искусство 20-30-х годов XX века из собрания ЮниКредит Банка и частных коллекций», в 2011 году на выставке «Люди и Город» и в 2012 году на выставке «Поставангард. Русская живопись и графика из собрания ЮниКредит Банка и частных коллекций». Банк также время от времени организует выставки отдельных работ из своего собрания в своих дополнительных офисах. В 2016 году уже состоялось 2 таких экспозиции.

В рамках первой, которая прошла в честь романтичного февральского праздника День святого Валентина, главным героем экспозиции стал художник Арсений Шульц и история его любви с Адель Шик. Помимо экспозиции в дополнительном офисе, ЮниКредит Банк также подготовил подарок клиентам и сотрудникам ко Дню святого Валентина — видеоролик, в котором ожили работы из собрания банка и другие произведения автора, посвященный истории любви художника Арсения и его избранницы Адель. Видеоролик создан известным телевизионным дизайнером, художником, оформителем и академиком ТЭФИ Еленой Китаевой, которая с уже почти 20 лет работает над визуальным образом телеканала «Культура» в качестве главного дизайнера. Это уже вторая совместная работа ЮниКредит Банка и Елены Николаевны. Первая была выполнена в прошлом году в преддверии выставки «Моя Москва. Произведения художников русского поставангарда из художественного собрания ЮниКредит Банка», которая была посвящена дню рождения города Москвы.

Вторая экспозиция, которая состоялась в этом году, была приурочена к великому празднику – Дню Победы. В рамках этой выставки были представлены две работы 1941 года, которые были написаны замечательными художниками Константином Чеботаревым и Ростиславом Барто. Само название картины Чеботарева – «Чистопрудный бульвар за три дня до начала войны» – уже дает зрителю примерное представление о том, как появилось эта работа. Художник мог написать ее в июне 1941 года, и работа даже не до конца просохла, когда началась война.

Очень похожа по звучанию картина Барто, созданная в сентябре первого года войны, – «Небо над Москвой». Художник остро чувствует общее тревожное настроение – в эти дни он создает серию подмосковных пейзажей. Выполненные в темных тонах, наполненные особым внутренним напряжением, работы Барто военного времени становятся одними из самых пронзительных произведений художника, которые участвовали во многих тематических выставках: «Пейзаж нашей Родины», «Работы московских художников в дни Великой Отечественной войны» и Всесоюзной выставке живописи, графики, скульптуры и архитектуры «Великая Отечественная война».

На сегодняшний день в собрании ЮниКредит Банка находится более 100 работ и ее пополнение продолжается.