мероприятия — первые ряды в филармонических залах, как и VIP-ложи Большого театра, занимают члены правительства.

Нередко бизнесом движет также чувство ностальгии. Например, оно заставляет удачливых бизнесменов добровольно спонсировать команды российских школьников, отправляющихся на международные предметные олимпиады (этим в разное время занимались «Интеррос», российский Microsoft, многие банки). Ведь большинство топ-менеджеров российских корпораций хранит советские дипломы победителей математических, физических или химических олимпиад — от школьного до общегосударственного уровня. Особенным успехом пользуется у бизнеса олимпиада по физике. Знаменитое «физтеховское лобби», с начала 90-х рассредоточившееся по российскому рынку, финансирует ее в складчину. Преподаватели МФТИ и сегодня продолжают заниматься поиском самородков в провинции. К слову, «Интеррос» поддерживает олимпийцев и на выходе. С 2001 года стипендию в 3 тыс. руб., рассчитанную до конца обучения в школе, получают 127 победителей международного этапа.

НАУЧНЫЙ ПОДХОД Похоже, именно в сфере поддержки молодых и талантливых ученых бизнесу удалось перейти от чистой или имиджевой благотворительности к социальным инвестициям. К примеру, Фонд поддержки отечественной науки господ Мамута, Абрамовича и Дерипаски ежегодно выдает именные гранты молодым ученым (бюджет фонда достигает $2,6 млн). Именные стипендии молодым ученым (до 15 тыс. руб. в месяц) предлагает и фонд поддержки физиков-теоретиков «Династия», основанный почетным президентом «Вымпелкома» Дмитрием Зиминым. Важная социальная задача — выращивать собственные научные кадры — имеет и локальное применение. Плотные контакты с академическим сектором позволяют, к примеру, «Русалу» регулярно заключать контракты на прикладные исследования с номинантами собственной премии. О кадровом потенциале бизнес заботится и финансируя вузовскую науку. К примеру, международную научную конференцию молодых исследователей, которую ежегодно проводит МГТУ имени Баумана, спонсируют АФК «Система», Microsoft и IBS. В компании Microsoft честно признаются, что сотрудничество с конкурсом — хороший способ «охоты на идеи», которые приносят его участники. Победителей в компании берут «на карандаш» и нередко приглашают на работу. В университете работают и базовые кафедры этих бизнесов: Microsoft предоставляет вузу льготное программное обеспечение, русификацией которого и занимаются молодые ученые Бауманки.

Именные стипендии лучшим студентам профильных вузов выдают сегодня почти все крупные российские корпорации: ЛУКОЙЛ платит студентам Института имени Губкина, «Базовый элемент» — студентам физфака и химфака МГУ (Олег Дерипаска — выпускник университета). Нередко бизнесмены помогают альма-матер в организации стажировок: фонд Владимира Потанина, к примеру, организует консульскую практику для студентов МГИМО.

ГОНКА ЗА ЛИДЕРОМ Впрочем, легко заметить, что с тех пор, как бизнес подключился к поддержке талантов, само понятие «талант» претерпело существенные изменения. Как выяснилось, в большей степени, нежели интеллект или творческие способности, бизнес склонен поощрять в молодых лидерские качества. Тем самым корпорации пытаются создать новое поколение управленцев.

К примеру, одна из премиальных секций Фонда поддержки отечественной науки — программа «Лучшие менеджеры РАН» — направлена на воспитание управленцев от науки. По планам спонсоров, из научной среды должна выделиться группа людей, способных организовать научный процесс, сблизив науку и бизнес. Такое решение они мотивируют тем, что западные компании часто работают на отечественных математических разработках и им просто надоело «платить зарубежным сервисным компаниям, перепродающим российскому бизнесу российские же научные решения».

Воспитывать менеджеров, управленцев или попросту лидеров бизнес пытается с подросткового возраста. Самые популярные — федеральные «лидерские» программы «Интерроса». Во время конкурса подростков тестируют на способность работать в команде и проявлять конкурентные преимущества. В компании говорят, что поддерживают активность, амбиции, желание самореализоваться и творческий ресурс. Так что стипендиат Фонда Потанина по замыслу авторов проекта не просто отличник, а обладатель личностных качеств, необходимых работодателю. Социологические опросы (один из таких «Интеррос» в прошлом году провел с журналом «Эксперт») показывают, что работодатели не ищут сумму знаний — они готовы доучивать вузовских выпускников. Ищут нацеленность на результат, способности к коммуникации и нестандартному решению задач. По этим критериям и происходит традиционный отбор лидеров в программах «Интерроса».

Помимо денежного поощрения — именных стипендий (2,5 тыс. руб. в месяц) — участник конкурса получает и нематериальные дивиденды: внешняя экспертная оценка, возможность осознать свои возможности. Портреты победителей с личными историями и проектами публикуют в местных газетах. И главное, участников конкурса знакомят с работодателями, которых приглашают на заключительные этапы конкурса. В компании к тому же существует и компьютерная база данных стипендиатов, которая может послужить кадровым ресурсом для тех, кто заинтересован в брэнде «стипендиат Фонда Потанина». Миссия фонда, как ее описывают потанинцы,— сформировать социальный заказ на успешность и лидерство и, соответственно, новое лидерское поколение.

ВМЕСТЕ И ВРОЗЬ В благотворительных фондах, работающих с ресурсами корпораций, говорят, что программы поддержки одаренности должны быть государственным приоритетом. «Бизнес может лишь их развить и раскрасить»,— считает глава Фонда CAF Мария Черток.

Впрочем, педагоги, работающие с одаренными детьми, уверены, что главной проблемой «частно-государственного партнерства» в сфере поддержки таланта остается «параллельное движение бизнеса и властей».

По мнению главы образовательной комиссии Мосгордумы, учителя математики Евгения Бунимовича, «государство и бизнес занимаются своими делами и их пути редко пересекаются». Депутат считает, к примеру, что бизнесу не стоит игнорировать государственные брэнды. «Наши предметные олимпиады — мировой брэнд, дающий результат и хорошо раскрученный. Но мы с трудом выбиваем бюджет на подготовку олимпийцев у власти, а бизнеса там нет. Речь ведь идет не о точечных стипендиях победителям, а о серьезной ресурсной подготовке. В результате наши математики тренируют американских детей и те побеждают в соревнованиях».

Нередко бизнес, по мнению потребителей корпоративных программ, не замечает и собственной аудитории. К примеру, академик Евгений Велихов крайне удивлен, что программа школьных предпринимательских проектов «Достижения молодых» (школьные фабрики и бригады, работающие в самых разных направлениях — от разработки компьютерных контентов до народных промыслов), в этом году отмечающая 15-летие, лишь недавно заинтересовала отечественный бизнес. Между тем на открытиях московских ярмарок и конференций почти всегда представлены западные фирмы, которые рекрутируют самородков в профессиональные предприниматели. ■

> «ПОДДЕРЖКА МОЛОДЫХ КРАЙНЕ ИНТЕРЕСНА БИЗНЕСУ, ХОТЯ ЭТО ВОВСЕ НЕ ТО, ЧЕГО ОТ НЕГО ЖДЕТ ОБЩЕСТВО»

Агентство социальной информации накопило большой аналитический материал о мотивах, задачах и количестве российских покровителей талантов. Обо всем этом рассказывает директор агентства ЕЛЕНА ТОПОЛЕВА.

SOCIAL REPORT: Насколько популярной является тема поддержки юных талантов для российского бизнеса?

ЕЛЕНА ТОПОЛЕВА: Тема очень популярна. Согласно исследованиям социологов, это направление социальных инвестиций необычайно востребовано бизнесом. При этом, что интересно, в списке ожиданий общества оно занимает далеко не первые позиции. То есть люди в основном ждут от бизнеса поддержки социально не защищенных слоев — сирот, инвалидов, пенсионеров, а бизнес как раз тянется к молодежи.

SR: Какова мотивация бизнеса?

Е. Т.: Многие российские компании в свое время начинали развивать благотворительную деятельность с поддержки одаренных детей. Делали они это и продолжают делать сейчас чисто из благотворительных соображений.

Там же, где речь идет о поддержке способных студентов, мотивация в основном прагматичная. В первую очередь и в большинстве случаев бизнес в той или иной форме готовит для себя кадры. Иногда это делается впрямую — через организацию стажировок в своей компании, через договоры со стипендиатами, иногда косвенно — посредством стипендий, грантов или премий формируя у молодых людей лояльное отношение к компании. На самом деле такого рода инструмент очень точный и многофункциональный. С помощью правильных действий в отношении перспективной молодежи можно формировать и кадровый резерв компании, и лояльность потребителя. Мне очень нравится пример фонда «Кауффман». Фонд был создан Марком Кауффманом, чья компания занимается дистрибуцией качественных вин в России. Фонд занимается организацией стажировок студентов в Бургундии по винодельческим специальностям. Причем студенты подбираются главным образом с экономического факультета МГИМО и с журфака. Таким образом, предприниматель именно что готовит себе рынок сбыта, потому что люди, которые разбираются в вине, уже не будут пить плохих напитков и знание свое понесут в массы.

SR: Но этот подход не дает системного решения вопроса, так ведь?

Е. Т.: Конечно нет — это и не задача бизнеса. Системы никакой нет — есть отдельные инициативы или программы, которые закрывают далеко не все области человеческой деятельности. Очень хорошо быть студентом или молодым ученым в области, связанной с сырьевой экономикой: поддержка для сколько-нибудь заметных студентов там обеспечена. Часто добывающие компании берут под свое покровительство и всю цепочку подготовки профильных специалистов, начиная формирование своего «кадрового резерва» со старших классов подшефных средних школ или ПТУ. Они сопровождают их и дальше — в технических колледжах и университетах. Так поступают, например, компании ЛУКОЙЛ и СУЭК. Сырьевые компании, которые не принимают к себе на работу стипендиатов, все равно осуществляют эту поддержку в профильных вузах. Например, западные компании BP или Chevron — у них поддержка образования является частью программ устойчивого развития сообществ в странах присутствия. Но финансируют они Губкинский университет, Менделеевский и некоторые другие, близкие к ним. А для гуманитариев нет практически ничего. Для людей творческих специальностей очень мало.

SR: Может ли молодой человек в России жить на гранты российских фондов?

Е. Т.: Нет, конечно, нет. Для того чтобы это было возможно, за одного талантливого человека должны биться множество фондов, как это происходит на Западе. У нас же гранты получают единицы, и чаще всего раз в жизни. Раньше какую-то поддержку можно было получить от западных фондов, например поехать на стажировку в американский или европейский университет, но сейчас западных фондов все меньше в России.

SR: Какие существуют технологии поддержки молодежи?

Е. Т.: Большинство компаний ориентируется прежде всего на хорошую успеваемость студентов. То есть компании, заинтересованные в выпускниках того или иного вуза через деканат просят порекомендовать им пять-десять (редко больше) отличников, которым они переводят именные стипендии. Реже компании просят студентов с хорошей успеваемостью участвовать в каких-то конкурсах, писать заявки и составлять отчеты. Отличники — это вообще целевая аудитория для большинства программ, хотя известно ведь, что талант получать хорошие отметки может быть единственным талантом довольно посредственного человека, а троечник может оказаться носителем выдающейся идеи и прорывной энергии.

SR: Тем не менее какие из фондов и компаний, на ваш взгляд, действуют наиболее системно и эффективно?

Е. Т.: Безусловно, это Фонд Владимира Потанина, фонд «Династия», созданный Дмитрием Зиминым, компания «Русал». Нужно сказать, что первым в нашей стране развивать творческие навыки, инициативность молодежи и т. д. начал ЮКОС. Параллельно действовал Фонд Потанина — они использовали разные подходы, но работали одинаково эффективно и мощно. Сейчас то лучшее, что предложил в свое время ЮКОС, применяют другие компании. Очень интересная программа «100 классных проектов» есть у компании «Русал», которая побуждает простых школьников проявить свои организаторские, творческие, лидерские способности и придумать оригинальные проекты, а потом самим их реализовать. Схема потанинского фонда — это такая многоступенчатая игра, в которой тоже как бы нет проигравших, потому что в любом случае, попадая в систему отбора, человек мобилизуется и приобретает новые возможности, знакомства и т. д.

Еще один уникальный фонд для России — «Династия». Он создан для поддержки главным образом фундаментальной науки в России. Помимо грантовых программ для студентов, аспирантов и молодых специалистов (а чтобы получить гранты нужно пройти серьезный отбор и вести отчетность) есть еще летние лагеря молодых физиков. В лагеря приглашаются звезды российской науки первой величины, которые читают лекции, общаются с молодежью. Это, конечно, для будущих ученых не менее важно, чем финансовая поддержка. Я сама бывала на встречах стипендиатов «Династии» — там потрясающая аура, необыкновенно светлые, сильные люди вовлекаются.

SR: А как с творческими направлениями? Чем мотивируется бизнес, поддерживая конкурсы писателей, музыкантов?

Е. Т.: Здесь все по-разному. Во-первых, есть, конечно, заинтересованные компании. Всевозможные конкурсы по веб-дизайну, промышленному дизайну, конкурсы дизайнеров, как правило, находят спонсоров, которым интересны конкурсанты как перспективные сотрудники. Во-вторых, творческие профессии — это выход в открытый мир, здесь большие возможности PR. Есть еще личные пристрастия руководителей компаний — например, у музыкантов большинство спонсоров являются меломанами или просто ценителями искусства. Интересен пример Николая Цветкова («Уралсиб»). Он создал частный фонд «Виктория» для поддержки детей-сирот. Одна из программ фонда — помощь талантливым сиротам, в том числе и творчески одаренным. В данном случае нет никакого прагматического интереса, это благотворительность в чистом виде.

SR: Кто сейчас демонстрирует наибольшую динамику в поддержке молодых талантов — государство или частный капитал?

Е. Т.: Безусловно, государство. Хотя, повторюсь, эта тема по прежнему очень интересна бизнесу. Не случайно ведь РСПП заявил о поддержке российским бизнесом национального проекта «Образование». Правда, там большее внимание пока что на профтехобразование направлено, как на самую сложную проблему. Но все же выбор понятен: кадровая проблема, устойчивое развитие — все упирается в образование. А на государственном уровне сейчас очень серьезно взялись именно за поддержку талантов. То есть не «в среднем по больнице» улучшать картину, а точечно. Московские власти тоже очень серьезно к проблеме относятся, финансирование хорошее выделяют. Так что ситуация имеет какое-то развитие. Единственное, что меня настораживает,— динамики количества частных фондов практически нет. Те, кто уже занимался этим делом, увеличивают программы. А новых имен практически не появляется.