

Чтобы вовлечь сотрудников в общую социальную ориентированную стратегию компании, руководство часто организует сбор средств и вещей для адресной поддержки нуждающихся. Так, например, нижегородский филиал «МРСК Центра и Приволжья» ежегодно проводит акцию «Самая яркая елка», в рамках которой сотрудники энергокомпании сдают деньги на адресную помощь детским домам. Объем собираемых таким образом средств в компании не уточнили. В одной из подобных акций участвовал и Волго-Вятский банк Сбербанка России, все сотрудники которого в благотворительных целях отказались от заработной платы за один день. В результате было собрано свыше 1 млн руб. Коллектив нижегородского филиала ОАО «Первая грузовая компания» также проводит благотворительные акции. В этом году собирали средства на приобретение мебели и детской обуви для нижегородского специализированного Дома ребенка. Сотрудники бумкомбината «Волга» (Балахнинский ЦБК) в рамках благотворительного проекта «Передай добро по кругу» собирают не деньги, а вещи и игрушки для воспитанников детских домов.

ПОМОЩЬ РАЗНОГО КАЛИБРА В целом же характер и процедура оказания благотворительной поддержки — будь то частным лицам, социальным учреждениям или общественным организациям — варьируется в зависимости от размера компаний. Крупный бизнес нередко использует специальные конкурсы на финансирование благотворительных проектов НКО и фондов. По такой системе в Нижегородской области работают «ЛУКОЙЛ-Волганефтепродукт» и межрегиональный оператор связи «Волгателеком» (подконтролен холдингу «Связьинвест»). По словам генерального директора «ЛУКОЙЛ-Волганефтепродукт» Андрея Спирина, при определении победителя конкурсная комиссия в первую очередь оценивает обоснованность бизнес-плана участника, грамотность и прозрачность бюджета.

Все обращения рассматриваются членами правления компании на общем заседании. Затем приоритетные просьбы определяются путем голосования и финансируются в кратчайшие сроки. «Понятно, что всем помочь невозможно. Поэтому при голосовании мы ориентируемся на масштаб проблемы», — говорит Андрей Спирин. По его словам, на финансирование проектов — победителей конкурса только в Нижегородской области компания в 2010 году выделила уже 7,5 млн руб., всего в этом году на благотворительность будет потрачено более 30 млн руб.

В отличие от крупных публичных компаний, для которых благотворительность — часть корпоративной культуры, мотивы у малых и средних компаний, занимающихся благотворительностью, несколько иные. По словам Дмитрия Бирмана, стремление помогать нуждающимся может идти от внутренних принципов их владельцев или понимания того, что улучшение условий жизни и помощь окружающим в конечном счете ведет к улучшению жизни самого предпринимателя. «Все разговоры о повышении социальной ответственности

щихся благотворительностью. Поисковая система ресурса работает просто: достаточно ввести всего два критерия поиска в специальных полях «Где» и «Кому», после чего система выдаст весь список имеющихся в базе и подходящих к запросу организаций с краткой информацией об их деятельности и способах связи с сотрудниками. Кроме того, на сайте есть новостная лента о прошедших и готовящихся акциях. Сайт фонда «ОМК-Участие»

также в большей степени информационный, однако те пользователи, кто желает внести добровольный благотворительный взнос, могут скачать бланк платежного поручения для зачисления средств на счет фонда. Более продвинутые ресурсы, ориентированные на благотворительность в сети, по аналогии с интернет-магазинами предоставляют возможность перечислить средства с помощью банковских карт и элек-

бизнеса от лукавого, поскольку основная задача бизнесмена — производить хороший продукт или оказывать качественную услугу, платить сотрудникам белую зарплату и соблюдать налоговое законодательство. В этом и состоит социальная ответственность, — считает Дмитрий Бирман. — Что касается благотворительности — это личное дело и инициатива самого предпринимателя, финансируемая за счет части прибыли, которую он получает от ведения своего дела. Раньше компании хотя бы имели возможность снизить собственную налогооблагаемую базу за счет благотворительности. Теперь, когда этой нормы в законе нет и многие из-за кризиса оказались на грани выживания, предприниматели все реже ищут возможности заниматься благотворительностью». Тем не менее нижегородские предприниматели самостоятельно или в рамках сообщества продолжают безвозмездно поддерживать организации и частных лиц. Так, уже на протяжении семи лет региональный актив «Опоры России» участвует в подготовке ежегодного театрального фестиваля имени Евгения Евстигнеева, направляя на эти цели порядка 100–150 тыс. руб. Также совместно с городской общественной организацией «Луч» предприниматели устраивают летний отдых детей с ограниченными возможностями, финансируя приобретение путевок на южные курорты. «Предприниматели, пожалуй, наиболее активная часть общества, особенно в районах области, поэтому оставаться в стороне от нужд и потребностей людей они не могут», — добавляет господин Бирман. Свою роль играет и то, что предприниматели более доступны для обращений за помощью, нежели председатель совета директоров крупной корпорации. Отсюда и главная особенность благотворительных акций малого бизнеса — чаще всего помощь оказывается адресно. «Конечно, эти объемы несопоставимы с бюджетами благотворительных программ крупных холдингов, но роль тех нескольких тысяч рублей, которые бизнесмен потратил, чтобы купить, например, ребенку или пенсионеру лекарства, от этого не становится менее значимой», — отмечает Дмитрий Бирман.

ДОБРО С ЗАТРУДНЕНИЯМИ По мнению экспертов, в период кризиса возврат режима налоговых льгот для благотворителей мог бы стать весомой поддержкой как для самого бизнеса, так и для благотворительного движения в целом. Хотя, как отмечают аналитики **SR**, отсутствие послаблений в фискальной политике государства — далеко не единственная проблема, с которой они сталкиваются, занимаясь благотворительностью в России. Не всегда удачно у благотворителей складываются отношения с представителями власти. «Наши усилия зачастую тратятся не на помощь конкретному человеку, а на преодоление каких-то указов и распоряжений чиновников. Жалко тратить на это время, — рассказывает председатель попечительского совета благотворительного фонда «ОМК-Участие» (учрежден «Объединенной металлургической компанией», управляет Выксунским металлургическим заводом) Ирина Седых. «Власти раз-

тронных кошельков. Так, на сайте благотворительного фонда «Подари жизнь», занимающегося сбором средств для борьбы с детской онкологией, можно сделать взнос как в адрес конкретного человека, так и на счет самого фонда для поддержки его работы. Помочь фонду таким образом могут обладатели карт Visa, MasterCard, EuroCard, Diners Club и JCB, а также владельцы электронных кошельков систем «Яндекс.Деньги» и RBK.

При этом в специальном разделе ресурса можно ознакомиться с отчетами о поступивших и израсходованных средствах. По информации фонда, за шесть месяцев 2010 года удалось собрать почти 134,6 млн руб., из них только за апрель — более 40 млн руб. По аналогичной схеме работает благотворительный интернет-фонд «Помоги.Org» (pomogi.org), который объединяет усилия пользователей интернета для сбора и распре-



СТАНISЛАВ ПОЛКАНИН
ЧТОБЫ ВОВЛЕЧЬ СОТРУДНИКОВ В ОБЩУЮ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННУЮ СТРАТЕГИЮ КОМПАНИИ, РУКОВОДСТВО ЧАСТО ОРГАНИЗУЕТ СБОР СРЕДСТВ И ВЕЩЕЙ ДЛЯ АДРЕСНОЙ ПОДДЕРЖКИ НУЖДАЮЩИХСЯ

ных уровней не всегда оказываются восприимчивы к нашим инициативам, требуя всевозможные разрешительные документы от вышестоящих инстанций просто для того, чтобы провести спортивное мероприятие в рамках нашей лиги», — добавляет генеральный директор школьной баскетбольной лиги «КЭС-Баскет», вице-президент «КЭС-холдинга» Алексей Фролов. Андрей Спирин, в свою очередь, указывает на затруднения при работе с общественными организациями и средствами массовой информации: «Зачастую общественные организации непрофессионально работают в плане информационного освещения своих проектов, в результате чего они оказываются малозффективными». По мнению господина Спирина, если бы НКО разработали грамотную PR-стратегию своих акций, то имели бы

деления целевых пожертвований на острые и неотложные социально-медицинские нужды (операции, дорогостоящие курсы лечения, помощь детским и лечебным учреждениям). В 2009 году фонду за счет пожертвований удалось оплатить лечение нуждающихся на общую сумму более 33,4 млн руб. Пользователи могут переводить деньги с банковских карт, а также при помощи электронных платежных систем «Ян-

декс.Деньги», Webmoney и PayPal. На сайте фонда также можно скачать бланк платежного поручения для отправки средств. Те пользователи, кто уже внес средства, могут следить за тем, как продвигается лечение, на специальной новостной ленте. В разделе «Отчеты» можно удостовериться в отправки и зачислении средств с указанием имени или ника отправителя, системы оплаты, даты и суммы платежа.

больше шансов на дальнейшую поддержку своих идей от многих нижегородских предприятий. «СМИ же зачастую демонстрируют отсутствие гражданской позиции. Если они узнают, что проект финансируется нами, то часто отказываются бесплатно о нем рассказывать, даже если общественные организации не просят упоминать благотворителя», — говорит Андрей Спирин.

Несмотря на существующие трудности, эксперты прогнозируют, что в ближайшие годы все больше нижегородских компаний будут участвовать в социальных проектах. «Все-таки фонды и НКО стали грамотнее взаимодействовать с партнерами. А бизнес, в свою очередь, начал осознавать, что благотворительность — это свидетельство цивилизованности компании и его акционеров», — заключает Ольга Тетерева. ■

Система отчетности — свидетельство прозрачности и добросовестности фондов. Однако в любом случае нужно быть бдительным, чтобы не попасться на уловки мошенников. Один из распространенных способов мошенничества — создание сайтов-двойников (или фишинговых сайтов), имя которых может отличаться от оригинала на одну неприметную букву, с номерами счетов мошенников. Как отмечают эксперты, чаще

всего таким атакам подвергаются наиболее известные ресурсы. В данном случае необходимо тщательно перепроверять имя благотворительного сайта. Если пользователю попадается менее известный ресурс, специалисты рекомендуют поискать контактную информацию его организатора и сделать несколько звонков, чтобы удостовериться в легитимности работы малоизвестных «электронных филантропов».