29 ➔«Для нас социальная ответственность направлена прежде всего на собственных сотрудников. Корпоративная культура начинается тогда, когда компания понимает нужды своих сотрудников, когда представляет этим сотрудникам не только зарплату, но идет немного дальше и дает им возможность получить какие- то дополнительные возможности: страховки, транспорт, корпоративные мероприятия. Как мне кажется, очень важно, когда сотрудники компании видят прозрачность работы бизнеса. Они понимают, что все происходящее на уровне компании касается и их, это их личное дело», — говорит она.

Начальник управления корпоративной социальной ответственности ОАО «Северсталь» Наталья Поппель, в свою очередь, утверждает, что «Северсталь» — один из лидеров благотворительности. «В большинстве регионов присутствия мы является основными наполнителями бюджета. Исторически сложилось, что это моногорода. А благотворительная наша деятельность — это наша реакция на потребность социальных изменений в первую очередь в регионах присутствия. В силу того, что мы глобальная компания, у нас есть крупнейшие объекты нашей благотворительности, такие как музеи, театры. Кроме того, мы занимаемся такими гигантскими проблемами в стране, как сиротство. В стране количество детей-сирот просто зашкаливает, это проблема, с которой ни государство не может справиться, ни общество», — говорит госпожа Поппель.

Директор, руководитель отдела услуг в области устойчивого развития «Эрнст энд Янг» Ксения Лещинская говорит, что основными направлениями благотворительной деятельности «Эрнст энд Янг» являются незащищенные слои населения, прежде всего это больные дети, а также культура и искусство. «Мы считаем, что очень важно развивать волонтерство. Это дает возможность реализовать потенциал наших сотрудников. Волонтерство является прекрасным инструментом развития самых разнообразных навыков, начиная от навыков командообразования, заканчивая навыками публичных выступлений. Поэтому переход от просто благотворительности, прежде всего гуманитарной, к так называемому волонтерству, основанному на навыках, будет являться приоритетом развития наших программ корпоративной ответственности именно в части благотворительности и в смычке развития сотрудников и развития благотворительной деятельности», — говорит она.

Как отмечает руководитель отраслевого комитета по вопросам социальной политики компаний СПб регионального отделения общероссийской общественной организации «Деловая Россия» Марина Журавлева, их организация воплощает в себе некоммерческие функции, но при этом опирается на ресурсы членов организации — производственные компании.

«Мы не стали вводить новые инструменты и реализовывать какие-то системные проекты, мы поддерживали проект каждого нашего члена. То есть это были такие единовременные акции. Затем мы постепенно продвигались в том направлении, чтобы создать единую социальную программу, которая объединяла бы всех. Сейчас стартовала федеральная программа „Доступная среда“ для инвалидов. Поскольку мы организация, объединяющая предпринимателей, мы подошли к этой программе с той стороны, чтобы можно было наиболее действенно использовать свои ресурсы. Мы будет создавать организации, где учредителями и работниками будут инвалиды. Но наша основная задача, кроме того, что мы будем помогать им создавать свои организации, — это помощь им в плане обеспечения заказами на первых этапах. Первой такой организацией станет типография», — рассказывает госпожа Журавлева.

АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

УЧАСТНИКИ КРУГЛОГО СТОЛА РАССКАЗЫВАЛИ О ТОМ, ЧЕМ ДЛЯ НИХ ЯВЛЯЕТСЯ КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, ЧТО ВО МНОГОМ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ — ЭТО БИЗНЕС-СТРАТЕГИЯ, И ЖАЛОВАЛИСЬ НА ТО, ЧТО НЕКОММЕРЧЕСКИЕ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОСЯТ ДЕНЕГ

ПРАВИЛЬНО ИНФОРМИРОВАТЬ Исполнительный директор благотворительного общества «Невский ангел» Светлана Михайлова считает, что у компаний мало информации о том, что происходит в коммерческом секторе благотворительности, о том, как он растет, какие новые технологии реализуются, куда можно включиться тем прогрессивным компаниям, которые думают о будущем. «Например, в городе реализуется программа при поддержке Минэкономразвития по развитию услуг добровольческих центров в России. В Петербурге в рамках этой программы создаются агентства добровольной помощи, профильные и территориальные. Вот они — новые технологии. Они создаются на базе вузов и на базе благотворительных организаций», — сообщает госпожа Михайлова.

По словам госпожи Поппель, благотворительность в мире наполняется на 70% физическими лицами, а в России — на 70% бизнесом; за рубежом в обществе популяризуют благотворительность, чего в нашей стране почти не происходит.

Ксения Лещинская рассказала, с какими проблемами столкнулась компания, когда искала НКО, которые стали бы партнерами в будущем по организации волонтерской деятельности. «Наша потребность была в том, чтобы это было разного типа волонтерские проекты. Искали консультанта по организации волонтерской деятельности, мы просили, чтобы нам провели семинар, чтобы спектр деятельности обозначить. Все организации отказались это сделать бесплатно. Мало того, что профильных организаций, предоставляющих услуги по ориентации волонтерской деятельности, нет, так и подход в том, чтобы деньги были оплачены вперед, расстраивает. Не захотели выстраивать отношения. Для нас очень важно участие наших сотрудников. Многие хотят только денег, но не хотят участия», — сетует она.

По словам Елены Журавлевой, начальника отдела социальных программ и специальных проектов компании «Трансаэро», в компании сложилась точно такая же ситуация, когда некоммерческие организации запрашивают огромные бюджеты за организацию волонтерских движений. «Бывает, что бюджет больше, чем сам бюджет акции. Вообще у нас очень много акций проходит, куда мы стараемся вовлекать наших коммерческих партнеров, например, туроператоров, банки, аэропорты. И с чем мы сталкиваемся? Акции иногда проходят превосходно, когда партнер вовлекается, и в дальнейшем происходит сотрудничество. Но есть партнеры, которые считают что раз это благотворительность, то они могут, грубо говоря, „кинуть“. За несколько дней до мероприятия, например, отказаться. Нужны ли какие-то договорные отношение, нужна ли какая-нибудь этика между партнерами? Как в коммерческом, так и в некоммерческом секторе? Потому что реализуя волонтерские проекты, некоммерческие организации могут в последний момент отказаться или не выполнить свои обязательства. Такое, к сожалению, случается, и это на самом деле вопрос этики. Как регулировать эти процессы, для нас пока непонятно, потому что мы с этим столкнулись не так давно, и это стало проблемой. Не будем же мы на волонтерское мероприятие заключать договор, а потом оспаривать его в суде? На самом деле глупо и непонятно», — возмущается она.

РАЗДЕЛЯТЬ ПОНЯТИЯ Руководитель социальной программы «Бабушка.Онлайн» региональной общественной организации Ассоциации инвалидов, ветеранов и блокадников, Ася Нестеровская рассказывает, что на сегодняшний день бизнес активно участвует в работе общественных организаций, когда видит реальную и правильную работу, когда эта работа проявляется не на словах, а на деле. «Нам помогают и банки, и бизнес-структуры, и производственные компании. Не было случая, чтобы нам отказали или не написали о нашем участии. Такие круглые столы очень важны и нужны, и если будут проходить постоянно, бизнес будет знать, что в городе есть благотворительные организации, с которыми можно работать. Надо воспитывать молодежь и бизнес. Изначально закладывать правильную идею, чтобы людям, которые работают в бизнес-структурах, было интересно заниматься волонтерством», — говорит она.

Директор по связям с общественностью СЗФО компании «Мегафон» Александр Цыпкин сообщил, что разделяет понятия благотворительность и КСО. «Благотворительность — это то, чем занимаются наши акционеры. А вопрос корпоративно-социальной ответственности так или иначе связан с интересами компании. Поэтому, выбирая тот или иной проект, мы руководствуемся, конечно, какими-то нашими задачами и по продвижению бренда, и задачами по нашему имиджевому продвижению. Также для нас имеет большое значение, сколько людей о проекте узнают. Не с точки зрения того, что везде будут писать, какой молодец „Мегафон“. Нет, мы как раз достаточно трезво относимся к тому, что пиар на таких социальных проектах должен носить скромный характер. Мы любим поддерживать проекты, в которых мы принимаем участие как организатор. Я объясню причину. Понятно, что мы, как бизнес-структура, вынуждены работать очень эффективно. Соответственно, мы так же эффективно подходим к организации любого социального проекта. Из последних интересных проектов — это проект „мобильный этикет“. Мы сделали детскую книжку, детскую сказку о том, как быть вежливым. Потому что сейчас, к сожалению, в нашей хамской стране это большая проблема. Но мы поставили условие: книга должна продаваться. Потому что это единственный индикатор того, что это кому-то нужно», — говорит он.

По его словам, НКО сейчас не хватает профессионализма и грамотного управления. «Считается, что благотворительные организации должны работать на голом энтузиазме. Это тоже очень странно. Потому что у них тоже есть дети, семьи, им тоже нужно зарабатывать. Я считаю, что там должны быть нормальные зарплаты, тогда там будут нормальные люди работать, нормально реализовывать», — говорит господин Цыпкин.

По словам координатора проектов СПб благотворительной общественной организации «Ночлежка» Виктории Рыжковой, многие компании говорят, что они хотят участвовать волонтерскими силами в благотворительной компании, а все просят от компаний денег. «Очень много некоммерческих организаций имеет небольшой штат сотрудников. И все делают свою работу, и нет человека, который занимался бы организацией волонтерской деятельности. Волонтеры очень часто нужны не для разовой акции. Если, к примеру, это дети, то нужны, допустим, системные занятия по рисованию с ними. Либо если это бездомные, то нужна помощь социальных работников, юристов, психотерапевтов. И это не один раз, что ты пришел, поговорил с человеком и ушел. Это системная помощь конкретного человека, который занимался бы, что называется, плейсменеджментом в отдельных случаях», — говорит она.

Менеджер проектов в сфере КСО и благотворительности Центра развития некоммерческих организаций Ксения Чупрова говорит, что они как ресурсный центр проводят достаточно большую обучающую работу с НКО. «У нас есть семинары и по проектному менеджменту, и по отчетности — как все нужно делать, но, к сожалению, пока еще жалобы на непрофессионализм со стороны бизнеса остаются. Если бизнес будет сотрудничать с НКО, а НКО в любом случае поможет работе бизнеса, то эта благотворительная работа выйдет на некий новый профессиональный уровень», — говорит она.

Леонид Фионин, председатель Санкт-Петербургского ГОО «Всероссийское общество инвалидов», рассказал о проблеме: «У нас огромный разрыв между людьми, которые хотят что-то сделать, и теми, для кого они это хотят сделать. Вот в этом, я считаю, виновато целиком и полностью государство. Хотя здесь сидящие люди прекрасно понимают, что без участия государства вряд ли мы гору-то свернем — поскольку оно, к сожалению, называя себя социальным, в данный момент времени мешает нам проводить даже те вещи, которые мы можем делать и без него». ■