

# Review

|                                                                                                 |                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| 10   Как нижегородские промышленники самостоятельно готовят рабочие кадры для своих производств | 12   Какие организации вошли в Ассоциацию добросовестных благотворительных фондов |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|

Традиции благотворительности на территории региона восходят к меценатству дореволюционного купеческого Нижнего Новгорода. Но формы поддержки бизнесом социальных, спортивных и культурных проектов изменились не только за века, но и за последние несколько лет.

## Грант в помощь

— тенденции —

Благотворительность в Нижнем Новгороде берет начало со времен экономического расцвета региона, когда в город съезжались тысячи людей из соседних городов и областей. Толпы мастеровых, которые ежегодно прибывали в Нижний Новгород, Балахну, Горбатов и Макарьев, не всегда и не сразу находили работу, бедствовали их семьи, производственный травматизм приводил к появлению многочисленных увечных. Эти процессы усугубились в XVIII веке, когда в Нижегородской губернии возникли первые крупные промышленные предприятия-мануфактуры. Экономическое развитие территории приводило к росту населения, среди которого количество малоимущих становилось все больше.

Чтобы разрешить проблему и распределить социальную ответственность между государством и самими нижегородцами, в 1775 году было принято Учреждение о губерниях, согласно которому частным лицам было официально предоставлено право устраивать благотворительные заведения, а государство приняло на себя часть заботы по социальному обеспечению населения. В благотворительную деятельность тогда вовлекались и сами горожане, которые участвовали в работе попечительств денежными взносами, оказанием бесплатных услуг, сбором средств и привлечением жертвователей. Участниками благотворительных акций становились не только купцы, но и чиновники всех рангов, интеллигенция, духовенство, учащаяся молодежь, горожане и сельские жители.

### Вложения на вырост

Сейчас большинство социально ориентированного бизнеса в регионе направляет средства и усилия на поддержку подрастающего поколения. Проекты самые разнонаправленные: в фокусе внимания компаний — и спортивные детские мероприятия, и финансовая поддержка детских домов и коррекционных школ, и оплата лечения больных ребят. Конечно, большая часть социальной нагрузки лежит на крупнейших предприятиях. К примеру, «Автокомпонент» принимает активное участие во всероссийской благотворительной акции «Под флагом Добра», которая подразумевает адресную помощь маленьким нижегородцам, нуждающимся в дорогостоящем лечении. Нижегородский филиал «КЭС-Холдинга» спонсирует ежегодный конкурс школьных творческих работ «Голос ребенка». Кроме того, компания проводит для детей из нижегородских социально-реабилитационных центров открытые уроки в формате праздников и творческих мастерских. Холдинг СИБУР в Нижегородской области поддерживает профильные образовательные учреждения — Дзержинский политехнический институт, Кстовский нефтяной техникум. Компания закупает компьютерное и лабораторное оборудование, литературу, организует лекции известных ученых. Компания «Алиди» работает с богородским коррекционным детским домом, ежегодно оказывая помощь в закупках необходимого оборудования и выделяя средства на ремонт помещений. «План и объемы работы обсуждаются с руководством детского дома в конце каждого года и составляется бюджет на год, в рамках которого компания «Алиди» и осуществляет благотворительную деятельность», — рассказывает Олег Сурков, региональный директор группы «Алиди». X5 Retail group поддерживает проект, связанный с культурным развитием детей: компания в 2014 году стала стратегическим партнером конкурса «Живая классика» — международного конкурса чтецов русской поэзии. Активно помогают юным нижегородцам операторы связи. Например, «МегаФон» проводит уроки мобильной грамотности в районных школах региона, где специалисты компании рассказывают школьникам, как защитить себя от мобильного мошенничества, и о правилах поведения в интернете. Кроме того, в прошлом году «МегаФон» подарил ученикам нижегородской областной специальной школы-интерната специальные рельефные книжки для незрячих и слабовидящих. Компания МТС также реализует в Нижнем как региональные, так и федеральные проекты, направленные на поддержку молодого поколения: всероссийский благотворительный проект «Поколение Маугли», «Подари добро», «Дети в интернете», «Дети учат взрослых».



Банк ВТБ в Нижнем Новгороде помогает специальному коррекционному детскому дому Богородска: ремонтирует помещения, организует досуг воспитанников, закупает предметы первой необходимости. Также банк реализует в регионе благотворительную программу «Мир без слез», в рамках которой приобретает дорогостоящее медицинское оборудование, лекарства и расходные материалы для Нижегородской областной детской клинической больницы. «В целом по банку приоритетным направлением благотворительной деятельности является оказание помощи детям. Это наш вклад, наши инвестиции в будущее, в формирование социально здорового и благополучного общества», — поясняет позицию компании управляющий филиалом банка ВТБ в Нижнем Новгороде Игорь Рожковских.

Не отстают от крупных российских компаний и иностранные инвесторы, работающие на территории региона. Французская компания Auchan (развивает в регионе торговую сеть «Ашан») выделяет средства на оборудование специальных комнат в интернатах и коррекционных школах, проводит конкурс для молодых кондитеров и пекарей «Сладких дел мастер». На поддержку детей со сложностями развития направлен социальный проект международной аудиторско-консалтинговой компании КПМГ, предусматривающий развитие служб раннего вмешательства в Нижегородской области. Цель проекта — снизить риски отставания в развитии и трудностей в дальнейшем обучении детей раннего возраста с помощью предоставления им особых услуг, в том числе совместно с местными провайдерами социальных сервисов. «Это просветительский и образовательный проект, в ходе которого специалисты социальной сферы Нижнего Новгорода знакомятся с новыми технологиями предоставления социальных услуг малышам и их семьям, учатся использовать эти подходы в своей повседневной работе», — пояснили в пресс-службе компании. Кроме того, компания в Нижнем Новгороде реализует региональный проект «Творчество ради жизни» для юных пациентов онкологического и гематологического отделений ОДКБ N1.

Особое внимание бизнес уделяет развитию детского спорта. На средства СИБУРа в прошлом году в Кстовском нефтяном техникуме был построен новый стадион. Кроме того, компания оказывает поддержку област-

ному турниру по мини-футболу для любительских детских команд «Оранжевая бутса» и проводит региональный турнир по мини-футболу «СИБУР — детям!» в Дзержинске. В свою очередь «КЭС-Холдинг» реализует социальный проект «Школьная баскетбольная лига «КЭС-БАСКЕТ», в рамках которого компания поддержала 283 команды из Нижегородской области. Свою лепту в развитие детского спорта на территории региона вносит и «МегаФон»: центральный филиал компании проводит всероссийские соревнования по футболу среди команд детских домов и школ-интернатов «Будущее зависит от тебя» с участием нижегородских команд. «Мы постоянно участвуем в мероприятиях, направленных на популяризацию здорового образа жизни, и активно поддерживаем региональные проекты в области детского спорта. Так, на днях у нас стартовал проект под названием „Школа Павла Давцюка“. Главная задача — развитие детского хоккея в регионах», — рассказывают в «МегаФоне».

### Средства оправдываются целями

Основными тенденциями в благотворительной сфере эксперты и участники рынка называют более тщательную оценку эффективности выделяемых средств и серьезный контроль их целевого использования. Для этого крупные компании с разового выделения средств на отдельные мероприятия или для отдельных учреждений переходят на грантовые формы финансирования социальных проектов и создают специальные подразделения для благотворительной работы. Например, ЛУКОЙЛ сейчас финансирует социальные и культурные проекты на конкурсной основе. Компания ежегодно собирает заявки на участие в конкурсе, оценивает их значимость с помощью влиятельных экспертов и отбирает наиболее эффективные, после чего выдает гранты и отслеживает расход средств по ним. В 2014 году в рамках конкурса рассмотрели более 350 заявок, поступивших из Нижегородской, Владимирской, Вологодской областей, республик Марий Эл, Мордовия, Чувашия, что на 35% больше, чем в 2013 году. Проекты рассматривались в четырех номинациях: «Молодое поколение», «Здоровый образ жизни», «Экология» и «Культура». Общий грантовый фонд в 2014 году составил 11,5 млн руб.

В «МегаФоне» сформирован благотворительный комитет, обеспечивающий прозрачный

партнер выпуска

ТАО «Райффайзенбанк»

Росбанк

nnov.kommersant.ru

## прямая речь

### А что для вас социальная ответственность бизнеса?

**Александр Грицай, директор регионального центра «Волжский» Райффайзенбанка:**  
— Социальная ответственность банка предполагает открытость и прозрачность отношений с партнерами, клиентами, сотрудниками и представителями власти. Для нас эти направления очень важны, поэтому мы раскрываем сведения, которые позволяют оценивать риски и принимать решения о долгосрочном сотрудничестве с банком. Кроме того, банк разработал и постоянно обновляет программы обучения и развития персонала, а для повышения социальной защищенности формируется корпоративный пенсионный план. Райффайзенбанк активно участвует в благотворительных и спонсорских проектах. Основное направление благотворительной деятельности — помощь одиноким пожилым людям. Это и корпоративные проекты на постоянной основе, и разовые акции по личной инициативе сотрудников. Банк использует открытую и прозрачную грантовую систему, выбирая достойных партнеров и лучшие проекты.

**Сергей Мальцев, председатель Волго-Вятского банка Сбербанка России:**  
— Для Сбербанка социальная ответственность — это создание максимально комфортных условий в офисах, так называемой безбарьерной среды для клиентов, которые нуждаются в особом внимании. Банк начал первым в России открывать специализированные филиалы для маломобильных граждан и людей с нарушениями зрения и слуха. Волго-Вятский банк в трех нижегородских офисах создал особые условия для людей с ограниченными возможностями по зрению и слуху, а в Казани и Владимире открыл филиалы для слабовидящих и незрячих. В таких отделениях на полу нанесена специальная разметка, на стенах — тактильные надписи, офисы оборудованы пандусами, меню-схемами, банкоматами со шрифтом Брайля, усиленным звуковым сопровождением. Я надеюсь, что наш опыт будет полезен и его возьмут на вооружение другие организации.

**Александр Шаронов, председатель правления НБД-банка:**  
— Социальная ответственность предполагает, прежде всего, оплату налогов в полном объеме и в установленные сроки. Кроме того, каждая компания должна работать на повышение качества жизни населения, развитие инфраструктуры и рост экономики региона, в котором она ведет деятельность. НБД-банк следует этим правилам, а также поддерживает инициативы, которые способствуют развитию предпринимательства, и сам уже 11 лет выступает организатором регионального образовательного проекта «Лидер года. Малый и средний бизнес», который получил федеральную премию «Основа роста», премию Центра предпринимательства «За вклад в развитие предпринимательской экосистемы» и был признан одним из лучших социальных проектов России. Кроме того, банк поддерживает образовательно-просветительский проект ННГУ парк науки «Лобачевский Lab». Мы считаем, что в Нижегородской области необходимо развивать высокотехнологичные и наукоемкие секторы экономики.

**Тарас Залужный, директор нижегородского филиала ОАО «Первая грузовая компания»:**  
— Для Первой грузовой компании социальная ответственность — это конкретные обязательства и действия. Уровень социальной защищенности сотрудников ПГК — один из самых высоких в железнодорожной отрасли. В Нижегородском филиале ПГК, как и во всей компании, действует коллективный договор, обеспечивающий работникам полный пакет социальных льгот и гарантий, работают комплексные программы обучения и повышения квалификации, проводятся профтренинги, разработанные совместно с отраслевыми вузами. В 2013 году в ПГК сформирован кадровый резерв из самых перспективных сотрудников. Кроме того, нижегородский филиал ПГК регулярно проводит социальные, благотворительные и экологические акции. Мы ежегодно поддерживаем воспитанников детских домов, семьи с детьми, оказавшиеся в сложной ситуации. В 2014 году компания подарила 20 детям с ДЦП и их родителям билеты в Нижегородский цирк. В этом году мы проводили турнир по боулингу для воспитанников детского дома №5, победители которого получили ценные призы.

## Благотворительный ресурс

**В Нижегородской области существует около двух тысяч организаций, занимающихся благотворительной деятельностью. У большинства из них нет государственных крупных благотворителей, из-за чего они самостоятельно вынуждены придумывать способы получения средств: от продажи сувениров и просветительской работы до крупных коммерческих проектов. Как выживают благотворительные фонды в регионе — в кратком обзоре Review «Социальная ответственность бизнеса».**

— фонды —

По данным Главного управления Министерства юстиции Российской Федерации по Нижегородской области, на сегодняшний день в регионе насчитывается 167 благотворительных организаций. Всего же по-

озиционируют себя в качестве социально ориентированных некоммерческих организаций порядка 1,7 тыс., каждая из которых постоянно или время от времени занимается благотворительными проектами. Подавляющее большинство из них не имеет постоянной поддержки государства, и их деятельность не финансируется из бюджетов различных уровней. Так, из областной казны в 2013 году на благотворительность было выделено 5,5 млн руб. По словам самих благотворителей, это «капля в море», ведь для помощи нуждающимся требуются миллиарды рублей.

Как рассказала директор нижегородского благотворительного фонда «Дети без мам» Мария Хайруллина, организация осуществляет свою деятельность в основном за счет частных пожертвований. «Дети без мам» занимается организацией ухода за детьми-сиротами, отказниками, детьми, попавшими в труд-

ную жизненную ситуацию, которые находят- ся в больницах Нижнего Новгорода. На сегодняшний день в штате организации трудоустроены 18 нянь, которые работают в восьми больницах нашего города. Все они прошли профессиональную подготовку и работают на постоянной основе, получая зарплату. «Мы были вынуждены уйти от волонтерства, так как для того, чтобы обеспечить круглосуточный уход за одним ребенком, необходимо 25 волонтеров. Малышу очень трудно привыкнуть к такому количеству людей, — поясняет госпожа Хайруллина. — Час работы няни стоит 41 руб. — это в два-три раза ниже рыночной, но с учетом того, что они работают на постоянной основе и имеют много часов, получается приличная сумма». Чтобы собрать эти деньги, в фонде устраивают различные благотворительные мероприятия, проводят акции. Так, например, волонтеры организации продают сувенирную продукцию с указанием, сколько часов благодаря этой покупке дети будут находиться под присмотром

нянь. «Сейчас все больше людей готовы жертвовать именно на зарплату нянь, — говорит Мария Хайруллина. — Ситуация начала меняться после того, как мы начали проводить экскурсии по больницам, объяснять, почему детям без наших нянь было бы гораздо хуже. Люди видят эту работу, и у них не остается никаких вопросов». Фонд помощи проекта «Милосердие» Нижегородской епархии работает сразу по нескольким направлениям: помощь новорожденным детям, мамам, бездомным, заключенным. Большая часть пожертвований приходится на частные пожертвования и пожертвования прихожан. Некоторые направления, по словам волонтеров, реализуются сложнее из-за сложившихся стереотипов. «Тяжелее всего сбор средств проходит для людей, попавших в сложную жизненную ситуацию, — считает один из волонтеров проекта помощи бездомным Олег Некрасов. — Люди крайне неохотно дают деньги на взы-

слых. С детьми, мамами и даже животными в этом плане намного проще. Вокруг бездомных существует масса стереотипов и мифов, которые очень тяжело развеять». Волонтеры «Милосердия» кормят бездомных один раз в неделю в районе ночлежки на Московском вокзале. «Это обходится примерно в 7 тыс. руб., — добавляет куратор проекта Анатолий Домрачев. — Хотелось бы кормить чаще, но даже эту сумму не всегда удается собрать. Огромную помощь нам оказывают прихожане Нижегородской епархии, которые жертвуют не только деньги, но и приносят продукты, одежду. Чтобы как-то исправить сложившуюся ситуацию, волонтеры проводят разъяснительную работу, выпускают буклеты и рассказывают о проблемах бездомных на своих семинарах.

В организации «Инновационный центр: в XXI век с 21 хромосомой», «Сияние», которая специализируется

# Социальная ответственность бизнеса

## «Благотворитель должен быть успешным»

Директор Волго-Вятского дивизиона X5 Retail Group Дмитрий Груданов о принципах социальной ответственности продуктового ритейлера



— интервью —

— Каких основных принципов придерживается X5 Retail Group в своей благотворительной политике?

— Благотворительная работа должна быть непрерывной и эффективной — этому принципу X5 Retail Group следует уже много лет. Высокий уровень социальной ответственности говорит о миссии крупной компании. Это не раздача денег, а решение определенных проблем, существующих в обществе. Мы настроены на последовательную реализацию крупномасштабных проектов. Хотя мы проводим и разовые акции, например в случае возникновения стихийных бедствий, когда наш персонал собирал помощь для пострадавших от паводка на Дальнем Востоке или в Крыму. Также выделяем продуктовые наборы для поздравления ветеранов с Днем Победы. Различные благотворительные акции были приурочены и к Пасхе. Например, в рамках городского фестиваля «Пасха в Москве» департамент культуры совместно с благотворительным проектом Handmade Charity организовывал благотворительную интернет-акцию «Пасхальная корзина». На собранные средства сеть супермаркетов «Перекресток» подготовила пасхальные корзины с продуктами и доставила их малообеспеченным, многодетным семьям и семьям, воспитывающим детей с ограниченными возможностями. Мы также поддерживаем различные общественно важные инициативы. Так, в апреле этого года наша компания стала стратегическим партнером Международного конкурса юных чтецов «Живая классика». На разных этапах конкурса мы вручали призы победителям и сладкие подарки всем участникам, а также подарки организаторам отборочных туров в регионах. Всего в конкурсе в этом году приняли участие более 2 млн детей не только из регионов России, но и из 26 стран мира.

— Каков бюджет, который холдинг ежегодно тратит на благотворительные проекты? Меняется ли он год от года?

— Сумму бюджета мы не можем раскрывать. Наш основной капитал — это люди, которые реализуют тот или иной проект. От их энту-

зиазма и профессионализма зависит очень многое. Важно понимать, что ритейл — это не высокомаржинальный бизнес. Наша прибыль составляет всего несколько процентов. И средства, которые мы можем потратить на помощь, — это труд 140 тысяч сотрудников компании, у которых есть семьи, дети, пожилые родители. И если компания будет с легкостью раздавать деньги направо и налево, то ее бизнес будет убыточен. Мы не сможем инвестировать в низкие цены, не сможем сдерживать продуктовую инфляцию — соответственно, потеряем покупателей, а, следовательно, сотрудники компании не смогут получать конкурентную зарплату и т.п. Если у благотворительных дел пойдут плохо, то и благотворительную помощь он оказывать уже не в состоянии. Благотворитель должен быть успешным. Поэтому решения о выделении помощи, об участии в том или ином благотворительном и социальном проекте принимаются очень взвешенно. Мы готовы поддерживать масштабные благотворительные проекты, которые курируются администрациями регионов. Это гарантия того, что помощь дойдет до адресатов — тех, кому она действительно необходима. К тому же, масштабные проекты требуют серьезных организаторских ресурсов, а ими располагают администрации регионов и крупные компании, такие как X5.

— Расскажите о ваших совместных проектах с фондом «Линия жизни». Как давно вы сотрудничаете? Какие результаты? Какие планы?

— С 2006 года стратегическое партнерство с фондом спасения тяжелобольных детей «Линия жизни» стало основным направлением работы в сфере благотворительности нашей компании. X5 входит в попечительский совет фонда. Хочу отметить, что и до этого момента наша компания на протяжении долгого времени поддерживала «Линию жизни» через благотворительные программы, запущенные в своих торговых сетях: «Карусель детям» и «Перекресток жизни». В них с удовольствием принимали участие покупатели, и в результате в 2013 году X5 помогла своим покупателям пожертвовать на лечение детей около 22 млн руб., в итоге на средства от совместных акций было вылечено 122 ребенка.

В этом году 1 июня в День защиты детей наша компания совместно с благотворительным фондом «Линия жизни» запустила проект «Конфетка доброты». Во всех магазинах торговых сетей «Перекресток», «Пятерочка», «Карусель» покупатели могут приобрести на кассовой зоне леденец «Конфетка доброты» по цене 15 руб., из которых 5 руб. перечисляются на операции подопечным детям благотворительного фонда. Пока акция действует на территории Центрального региона, но скоро будет запущена во всех субъектах страны. Еще один проект, который в прошлом и позапрошлом годах активно поддерживала X5 Retail Group, — общенациональный фестиваль «Будущее России» с участием воспитанников детских домов, школ-интернатов для детей, оставшихся без попечения родителей, и приютов. Сеть «Пятерочка» обеспечила всех участников, а их было около 700 человек, продуктовыми наборами и подарками.

— X5 традиционно поддерживает малообеспеченных покупателей, пенсионеров, предоставляя скидки по утрам. А в 2011 году в Подмоскovie сеть «Перекресток» приняла участие в государственной социальной программе «Продуктовый набор» и выпустила карточки для многодетных семей. Насколько популярна была эта программа? Каких затрат потребовала? Планируются ли подобные проекты в других регионах?

— Да, мы правы, мы оказываем поддержку нашим малообеспеченным покупателям. Так, в торговой сети «Пятерочка» мы предлагаем им приобретать популярные продукты и товары с хорошей скидкой. В рамках промо-акций скидки на различные товары может достигать 30%, а то и 50% в определенные часы. Ориентируясь на широкие массы населения, наша компания устанавливает самые низкие цены на продукты, пользующиеся повышенным спросом. Таким образом, покупатель может получить то, что его интересует, и сэкономить при этом свои личные средства.

Что касается торговой сети «Перекресток», то в 2011 году сеть принимала участие в государственной социальной программе «Продуктовый набор» и выпускала карточки для многодетных семей. А с 2013 года эта программа трансформировалась и стала еще более удобной. Теперь во всех магазинах наших торговых сетей в Москве действует совместная социальная программа со столичным департаментом социальной защиты населения. Покупатели из многодетных семей, у которых есть социальная карта москвича, могут воспользоваться средствами, перечисленными департаментом, и потратить их на свое усмотрение, купив в наших магазинах продукты из разрешенного списка. Правда, в список не входят табачная и алкогольная продукции. Что касается других регионов, то мы и там готовы развивать эту программу как технически, так и организационно.

— Какие спортивные мероприятия вы поддерживаете?

— В этом году мы принимали участие в спортивном проекте в Белгороде: там состоялся первенство ЦФО по дзюдо. Путёвки на всероссийские соревнования разыгрывали юноши и девушки в возрасте до 18 лет. Всего в Белгород в составе 17 сборных команд регионов Центральной России приехали 425 спортсменов. Они разыграли 17 комплектов наград в девяти юношеских и восьми девичьих категориях. Мы в рамках этого проекта выделяли призовой фонд для победителей.

Беседовала Людмила Аристова

## «Промышленников не пришлось убеждать финансировать образование»

Нижегородские промышленные предприятия при поддержке регионального правительства одними из первых в современной России возобновили эффективную практику подготовки рабочих кадров. Ее суть в том, что на условиях софинансирования с областным и федеральным бюджетами заинтересованное в привлечении специалистов предприятие вкладывается в переоснащение учреждения профтехобразования и организует на своих мощностях производственную практику для студентов. О том, как функционируют эти ресурсные центры сегодня, рассказывает один из инициаторов их создания председатель комитета по экономике и промышленности законодательного собрания Нижегородской области МИХАИЛ ГАПОНОВ.

— стратегия —

— Михаил Викторович, первые ресурсные центры появились в Нижегородской области в 2007 году. В каких условиях они создавались? Кому вообще пришла такая идея?

— Авторами идеи были Нижегородская ассоциация промышленников и предпринимателей и Общественная палата региона. Областное правительство сразу и безоговорочно эту тему поддержало. Идея, надо признать, не новая — так работали еще в Советском Союзе. Потом, в силу ряда факторов, в том числе и объективных, профтехобразование забросили, остались единичные ПТУ, которые, естественно, были не в состоянии не только покрыть дефицит кадров для промышленных предприятий, но и обеспечить должную квалификацию своих выпускников: они приходили на производство и не знали, с какой стороны подойти к современному станку. Тогда проблема с кадрами стояла гораздо острее, чем сейчас, и промышленников не пришлось убеждать финансировать образование — идея шла от них. Так что можно сказать, что это была инициатива снизу.

— Как работает ресурсный центр?

— Фактически это дополнительные средства для училища или техникума, который совместно формируют промышленное предприятие, областной и федеральный бюджеты. Их соотношение в общем объеме финансирования может меняться, не всегда участвует Федерация — в каждом конкретном случае все зависит от возможностей предприятия и казны. В целом с 2007 года в создание ресурсных центров промышленники и бюджет вложили несколько сотен миллионов рублей. На выделенные средства училища закупают станочный парк, обновляют основные фонды (например, ремонтируют помещения, где будет установлена техника). Кроме того, студенты ресурсных центров получают возможность проходить практику непосредственно на производстве.

— Сколько ресурсных центров в регионе? Достаточно ли их?

— Пока их 15, они готовят специалистов для радиоэлектронной, металлургической, дорожно-строительной, атомной, сельскохозяйственной отраслей, а также ЖКХ. Нужно ли больше? Да, и эта работа ведется, в некоторых промышленных центрах, например в Борском районе, ресурсный центр пока не создан. Но все понимают, что проект исключительно прикладной, и дискредитировать идею — везде штамповать центры ради количества — никто не будет.

— Как покрывается потребность в рабочих сейчас?

— Трудно оценить однозначно. Сейчас мы меньше, чем в 2007 году, ощущаем дефицит кадров, это стало больше проблемой дефицита квалификации. Вот, условно, надо вам из Нижнего Новгорода в Семенов добираться: пешком, скорее всего, не дойдете, на «Москвиче» — жарко, неудобно, не доехать можно, а лучше все-таки на BMW. Так вот, сейчас у нас есть «Москвич», а семь лет назад речь шла о том, что как бы не пришлось пешком идти в Семенов. Если продолжать аналогию, то проблему превращения «Москвича» в гор-



дост автопрома ресурсные центры в перспективе решить помогут, но, к сожалению, не так быстро как бы всем нам хотелось.

— Может ли быть эффективной такая же схема в высшем образовании?

— А у меня к вам встречный вопрос: если для ПТУ продуктивной поддержкой будет ремонт помещений, закупка станочного парка, производственная практика в цехах промышленных предприятий, развитие системы наставничества, то что мы можем предложить вузам? Учебники закупить? Высшее образование — тонкий, сложно организованный механизм, который нельзя регулировать финансами. Научная школа не создается вульгарным вбрасыванием денег. Да, это тренд: «В среднем образовании схема сработала, давайте попробуем воспроизвести ее и в высшем». Но как показывает опыт, бесперечно вмешиваться в процесс обучения в высшей школе категорически нельзя. Когда мастер цеха объясняет рабочему, что он должен делать, — это нормально. Кто, как не он, лучше всех знает свой станок? Но совершенно не факт, что начальник конструкторского бюро лучше знает, что должен делать проектировщик. У начальника КБ своя задача — он системный интегратор.

— Какие еще меры можно предпринять для решения кадровой проблемы в промышленности?

— Набор факторов понятен: достойная зарплата, соцпакет, условия труда, понятный сценарий карьерного роста. Это то, что предприятия могут предоставить сотруднику самостоятельно. А созданием ресурсных центров у промышленников появилась возможность заинтересовать потенциальных сотрудников еще на этапе получения образования, чтобы они целенаправленно готовились к работе на конкретном предприятии. Но по-прежнему острой остается проблема престижа рабочей профессии, и нам необходимо активнее ломать стереотипы общественного сознания в этом направлении. Так, сегодня далеко не все еще знают, что рабочих на предприятиях зачастую получает заработную плату больше, чем, например, клерк в банке.

Беседовала Татьяна Красильникова

## Грант в помощь

— тенденции —

механизм планирования и эффективного управления затратами на оказание благотворительной помощи, а также выбора адресатов поддержки. Компания Auchan, в которой до 2011 года решение об оказании помощи принималось непосредственно на уровне отдельных гипермаркетов, также в итоге создала благотворительный фонд «Покорение Ашан». «Сейчас все благотворительные проекты осуществляются под началом фонда. Решение о том, какой проект поддерживать, принимается на попечительском совете, предварительно сотрудники фонда посещают организацию, которой требуется помощь. В случае принятия положительного решения начинается работа по проекту», — рассказывают в компании.

Вниманию к целевому расходованию средств уделяется и при других формах работы. К примеру, группа «Алиди» в последние годы максимально формализовала работу с подшефными организациями с точки зрения планирования и учета средств, направляемых на благотворительность. «Такой подход позволяет нам заранее спланировать бюджет на благотворительность, опреде-

лить объем и сроки выполнения работ, и мы уверены в целевом использовании средств», — отмечает Олег Сурков из «Алиди».

Некоторые компании сами приобретают необходимые своим подопечным. «Подход к оказанию спонсорской помощи в нашей компании целевой — мы не перечисляем деньги на расчетный счет благополучателя, а сами закупает необходимое оборудование или организуем мероприятие. Это более прозрачный и понятный способ как для наших сотрудников, так и для наших акционеров», — рассказывают в «КЭС-Холдинге».

Помимо прочего, набирает популярность и корпоративное волонтерство, в рамках которого компании реализуют социальные проекты силами своих сотрудников на безвозмездной основе. «К примеру, банки предлагают курсы повышения финансовой грамотности, рассчитанные на широкую аудиторию: IT-компании — адресованные пенсионерам программы освоения навыков работы с компьютером», — рассказывает Игорь Рожковский. Такая форма благотворительности в большей степени характерна для иностранных компаний, отмечает руководитель департамента исследований банковского сектора На-

ционального агентства финансов Ирида Лобанова. «Социальная ответственность бизнеса иностранных компаний в ряде случаев проявляется не столько в денежных пожертвованиях, сколько в вовлечении сотрудников в волонтерскую активность, что является частью корпоративной культуры. Например, организация субботников с очисткой лесопарковых зон или создание сотрудниками компании кормушек для птиц в компаниях, где одной из декларируемых ценностей является забота об окружающей среде. То есть зарубежный опыт основан на вовлечении в благотворительную деятельность сотрудников, а российский — в централизованной материальной помощи различным фондам», — поясняет эксперт. При этом крупные российские компании в регионах в последнее время активно развивают направление corporate response: речь идет о различных образовательных, медицинских и прочих программах для сотрудников компании и их семей. «Это логично, так как часто такие организации являются градообразующими или относятся к категории основных работодателей в городе», — считает госпожа Лобанова.

Еще одна форма работы по поддержке социально незащищенных слоев населения, получившая рас пространение, — сбор пожертвованных от сотрудников и населения для нуждающихся в помощи. Например, это проект X5 Retail group и благотворительного фонда «Линия жизни» по сбору средств на лечение детей с заболеваниями сердца. «Мы устанавливаем в наших магазинах специальные короба для сбора средств. Каждый посетитель магазина может пожертвовать любую сумму, затем мы аккумулируем эти средства и направляем в фонд. В прошлом году по всей России в рамках проекта было собрано и направлено на лечение детей около 22 млн руб.», — рассказывает руководитель управления по связям с общественностью и PR-компании Владимир Русанов. Акция «Нужное и полезное», предусматривающая сбор и передачу вещей нуждающимся, проводит на территории региона и КПМГ.

Еще одна форма социальной ответственности бизнеса сейчас — это вовлечение в рабочий процесс людей с ограниченными возможностями. Одним из примеров поддержки людей с инвалидностью со стороны бизнеса является создание нижегородского отделения Совета бизнеса

по вопросам инвалидности (СБВИ). «Совет является своего рода посредником между бизнес-сообществом и группами лиц с ограниченными возможностями. В него входят ведущие компании региона, общественные региональные организации, представители учебных заведений», — рассказывает заместитель директора Приволжского регионального центра КПМГ Лариса Колчина. Совет содействует трудоустройству лиц с ограниченными возможностями, организует для них стажировки, ярмарки вакансий, помогает адаптироваться к новой работе и коллективу. Буквально в апреле при поддержке КПМГ прошла обучающая программа для людей с инвалидностью «Клуб ищущих работу». Также получил поддержку КПМГ конкурс «Путь к карьере», направленный на трудоустройство студентов и выпускников вузов с инвалидностью.

Своя лепта

Малый и средний бизнес также участвует в благотворительной деятельности, причем его активность выше именно в регионах, отмечает Ирина Горбунова: «Это связано с уровнем конкуренции в Москве и Санкт-Петербурге, которая не позволяет предприятиям МСБ выделять сред-

ства и время на благотворительность. При этом социальная активность региональных компаний обычно проявляется в решении местных проблем и сосредоточена на повышении качества жизни в регионе: это организация публичных мест для отдыха, спонсирование местных социальных заведений, в том числе детских домов, организация праздников».

В Нижегородской области многие представители МСБ, несмотря на сравнительно небольшие возможности, являются социально ответственными, добавляют в региональное правительство. «Особое внимание руководители МСБ уделяют развитию спортивной, культурной и духовной составляющих в жизни районов, где они работают. Средства направляются на создание и реконструкцию спортплощадок, храмов и культурно-развлекательных комплексов», — рассказывают в минподдержки предпринимательства.

В целом, как отмечают эксперты, социальная ответственность бизнеса в регионе растет. «Бизнес выходит за рамки своей внутренней среды, стремясь принимать более активное участие в жизни общества, в его развитии, в решении социальных проблем», — заключает Игорь Рожковский.

Анна Павлова

# Социальная ответственность бизнеса

## «Ни один крупный социальный проект не может обойтись без помощи государства»

И.о. заместителя губернатора Нижегородской области Дмитрий Сватковский о механизме ГЧП в социальной сфере

— **госуправление** —

— В кризис 2008–2009 частные компании серьезно сократили свои благотворительные программы. Наблюдается ли подобная тенденция сейчас, по вашим оценкам? — Сразу отмечу, что не стал бы сравнивать сегодняшнюю ситуацию с кризисом 2008–2009 годов. Все, что происходит сейчас, экономически предсказуемо. Мы и раньше понимали, что такого интенсивного роста, как в начале двухтысячных, не будет. Понимали, что сейчас идет перестройка экономики, многих ключевых отраслей. Конечно, проблемы остаются — разом их все не решить, но благотворительные, социальные программы не сворачиваются. — В Нижегородской области чаще сам бизнес выходит с благотворительными инициативами или же вам приходится их собирать и просить содействия в решении тех или иных социальных задач? — Признаюсь честно, девять лет назад было иначе. Тогда мы просили о помощи. Сейчас бизнес сам предлагает интересные проекты. Например, недавно к нам пришли представители инициативной группы и попросили поддержать Нижегородскую народную медицинскую премию. В рамках проекта с помощью голосования нижегородцы сами определяют медработников, вызывающих у них наибольшее доверие. Это реально народная премия, которая инициирована не правительством области. Мы там выступаем исключительно как партнеры. Еще один пример: Выксунский металлургический завод. Они за свой счет отреставрировали дом Баташевых, создали в нем музейную экспозицию по истории Выксы, благоустроили площадь Металлургов и парк, готовятся к созданию еще одной музейной площадки под открытым небом. Люди серьезно вложились в создание культурного наследия, и это не может не вызывать уважения. Кстати, за последние шесть лет за счет частных инвестиций в области проведены ремонтно-реставрационные ра-

боты более чем на 100 объектах культурного наследия. — Какие еще интересные инициативы в области реализации социальных проектов на территории региона поступали от бизнеса за последнее время? Какие проекты областное правительство реализует совместно с частным капиталом сейчас или планирует реализовать в ближайшее время? — Особо отмечу благотворительный проект «Под флагом Добра», который проводится в регионе уже девять лет. В рамках акции команда правительства Нижегородской области играет в футбол с клубом звезд эстрады «Старко-Росич». Вырученные деньги идут на лечение нижегородских детей. Знаете, раньше мне казалось, что из года в год сумма, которая собирается, будет сокращаться. Но это не так. Предприятия региона всегда с большой ответственностью относятся к акции, зачастую удается собрать больше денег, чем планировалось. За время проведения акции удалось оказать медицинскую помощь 67-ми тяжелобольным детям на сумму более 31 млн руб. Это реальный отклик общества на проблему. Не исключено, что в будущем мы проведем аналогичные баскетбольные и волейбольные матчи, а хоккейный поединок уже состоялся. Мы этими мероприятиями пытаемся донести, что те, кто нуждаются в поддержке, не одиноки в своей беде. Огромный отклик в обществе получило и паралимпийское движение. Я сам дружил с некоторыми паралимпийцами. Их стойкость достойна восхищения. Рад, что отношение к этим героическим людям стало меняться. Посмотрите на эстафету паралимпийского огня, которая зимой прошла в России. Люди приезжали, приветствовали, поддерживали участников — общество гордится ими. Сейчас мы по поручению президента строим паралимпийский центр в Дзержинске. Принят ряд законодательных актов для того, чтобы доступная для людей с ограниченными возможностями среда была на всех объектах, в том числе государственных. Наша зада-



Михаил Соловьев

ча — вытащить людей из той ракушки, в которую их загнала жизнь. Я не утверждаю, что мы решили все проблемы в этой сфере. Но о проблемах людей с ограниченными возможностями никогда еще не говорили так много. Даже в советское время, давайте будем честными, к таким людям не относились с должным уважением. И тот ущерб, который накоплен годами, мы сейчас просто обязаны возмещать. — А бизнес готов принимать участие в решении этих проблем? — Мне кажется, они уже и так на это ориентированы. В большинстве торговых центров, многих банковских отделений создана доступная среда. Если говорить в целом, то бизнес сейчас хочет принимать участие в решении социальных задач. Например, многие предприятия к нам обращаются и просят найти выходы на людей с ограни-

ченными возможностями для того, чтобы взять их к себе на работу. Другой пример: с 2009 года минсоцполитики и минздрав региона совместно с международной компанией KPMG реализует совместный проект «Уверенное начало». Он направлен на развитие системы раннего вмешательства для детей с функциональными нарушениями. Компания KPMG не только полностью финансирует этот проект, но и подбирает экспертов, координирует все этапы его реализации. С компанией «Юлмарт» мы реализуем проект по повышению компьютерной грамотности пожилых, с ОАО «Каравай», Альфа-банком и другими партнерами проводим семейные соревнования. — На ваш взгляд, возможно ли использование механизма государственно-частного партнерства в

реализации социально значимых проектов? — В регионе мы уже реализуем проект по строительству ФОков, используя механизмы государственно-частного партнерства. Сейчас в области работает три подобных спорткомплекса — в Павлово, Лукоянове и Красных Баках. В 2012 году мы первыми в России осуществили такой проект именно в строительстве спортивных сооружений. В этом году в рамках ГЧП планируется начать строительство ФОков в Арзамасском районе, Починках и Городце, ледовых дворцов в Навашине и Сеченово. По аналогичной схеме планируем развить программу по строительству пансионатов для людей, нуждающихся в реабилитации. При этом все понимают, что систематизация ГЧП необходима. ГЧП должно дать более широкие полномочия и регионам, и муниципалитетам для плотной работы с федеральными структурами, крупными инфраструктурными банками, такими как ВЭБ. Все восхищаются системой здравоохранения на Западе. Могу твердо сказать, что там ни одна городская больница на 2–3 тыс. коек, работающая в системе обязательного медицинского страхования, не построена без государственного софинансирования. Начинаешь разбираться в документах и видишь, что от 30% до 50% на создание медучреждения выделено государством. Либо выдавался кредит, либо субсидия, либо безвозвратный заем. То есть ни один крупный социальный проект без помощи государства не обходится. — В Нижегородской области кто уже предлагал построить госпиталь по такому же принципу? — Мы сейчас рассматриваем столичный опыт по концессиям. И думаем, что стоматологические клиники уже можно отдавать в концессию. Это весьма развитый бизнес. Пока готовим соответствующие документы, продумываем различные модели взаимодействия с бизнесом. Помимо стоматологии, рассматриваем возможность создания клиник в области кардиохирургии и онкологии.

— В Нижегородской области существует система налоговых преференций для компаний, которые поддерживают региональные спортивные команды. Для каких благотворителей, помимо «спортивных», планируется предоставление аналогичных преференций? — У нас есть такой уникальный опыт, но и в нем есть ряд ограничений, который не позволяет нам активнее использовать эту схему. К примеру, возьмем налоговую систему США. Там, если у компании до 5% доходов идет на благотворительность и спорт, это засчитывается как расходные обязательства. Согласно нашему налоговому законодательству, это, к сожалению, невозможно. Вся благотворительная деятельность должна оплачиваться из прибыли. Хотя не исключено, что будут внесены поправки. По крайней мере, мы на это надеемся. — Реализация каких социальных проектов невозможна без помощи бизнеса? И в каких из них Нижегородская область нуждается наиболее остро? — В первую очередь образование и медицина. В регионе уже существует большое количество частных клиник. Кстати, в последние годы неизменно растет количество «частников» в системе ОМС: если в 2012 году их было 14, то в 2013 году уже 27. Это прекрасно, когда инвестиции идут в медицину. Надеемся, что такая конкуренция даст возможность повысить качество оказания медицинской помощи в учреждениях всех форм собственности. Участие бизнеса в образовании — также правильный вектор развития. В регионе сложилась система подготовки кадров за счет создания ресурсных центров, где люди учатся, повышают квалификацию, проходят переподготовку. Сегодня с привлечением средств предприятий создано 14 подобных центров. Очевидно, нам также необходимы частные школы, университеты. Главное — грамотное взаимодействие государства и бизнеса.

Беседовала **Елизавета Зубакина**

## «Благотворительности в России нужен экшн»

— **экспертное мнение** —

В отличие от частных благотворителей, которые в большинстве своем не афишируют себя, корпоративная благотворительность в России находится на таком этапе развития, когда ей необходимы коммуникации и продвижение. Коммуникации должны быть направлены на позитивное эмоциональное восприятие бренда, которое позволяет предприятию увеличить продажи, генерировать больше денег и, соответственно, больше отдавать на благотворительность. По данным различных исследований, социальная ответственность составляет до 30% от стоимости репутации компании в целом. Клиенты охотнее покупают продукты компании, которая вызывает у них позитивные эмоции и участвует в жизни и развитии общества, в эту компанию охотнее приходят квалифицированные работники, а бизнес-партнеры еще больше дорожат сотрудничеством.



При этом, выбирая инструменты коммуникаций корпоративной благотворительности, необходимо принимать во внимание определяющие тренды в информационном поле и массовом сознании. Сегодня меняются модели поведения людей и, в частности, потребления информации благодаря развитию телекоммуникаций и мобильного интернета. Информация расходуется путем нажатия пары кнопок на смартфоне. Это необходимо учитывать при организации фандрайзинга. Сложные банковские реквизиты подойдут для крупных благотворителей, а массовой аудитории необходимо простое решение. Вот пример эффективного интернет-фандрайзинга: благотворительная программа МТС «Подари добро!» занимается лечением тяжелобольных детей. С 2011 года мы помогли

140 детям из 50 регионов страны. Мы привлекаем к сбору средств наших абонентов, партнеров, сотрудников и обычных пользователей соцсетей. С разрешения родителей публикуются истории подопечных программы в социальных сетях. Каждый лайк и репост МТС конвертирует в 10 руб., а если человек решает, что он может внести больший вклад, чем эти 10 руб., мы предлагаем воспользоваться сервисом #700#, чтобы перечислить их ребенку прямо со своего мобильного счета. Таким образом, человек, нажав пару кнопок на смартфоне, за несколько секунд узнал о программе, сам стал настоящим благотворителем и рассказал об этом друзьям. Лайки и репосты обеспечивают эффективные коммуникации о благотворительной деятельности МТС, а сервис позволяет собирать дополнительные средства. Все честно и открыто: мы всегда добавляем нужную сумму на лечение ребенка, но помощь влеченных людей нельзя переоценить — благодаря им мы имеем возможность помогать большему числу нуждающихся и популяризируем корпоративную благотворительную программу.

Помимо простоты и удобства фандрайзинга, сегодня корпоративная благотворительность должна предлагать больше, чем просто возможность помочь кому-то. Обществу нужен экшн — простые, безопасные, креативные и в идеале вирусные инициативы. Например, такие, как проект «Поколение Маугли», который мы реализуем вместе с фондом Константина Хабенского и который объединяет в себе разви-

тие творческого потенциала детей из регионов и помощь больным детям. Проект включает в себя постановку музыкального спектакля, в котором главные роли играют звезды российской сцены вместе с талантливыми детьми из регионов. Всероссийская премьера спектакля состоялась недавно в Поволжье — в Казани, ее посетили более 4500 зрителей. Все средства от продажи билетов, а это порядка миллиона рублей, направлены на помощь детям. Параллельно со спектаклем на сайте [www.dobroedelo.mts.ru](http://www.dobroedelo.mts.ru) разворачивается виртуальная история для развития детей. На сегодня это единственный творческий благотворительный портал в стране с аудиторией, которая исчисляется десятками тысяч посетителей. Здесь все желающие могут поучаствовать в творческих конкурсах, выиграть ценные призы и ... стать благотворителями, не потратив ни копейки! За участие в конкурсах, написанные комментарии, голосовании на портале, а также за «лайки» и «репосты» в социальных сетях посетители получают баллы и таким образом пополняют общий благотворительный счет проекта, баланс которого в режиме реального времени обновляется на главной странице портала. В конце года благотворительная программа МТС «Подари добро!» и ее партнеры переведут накопленные баллы в реальные деньги, которые, как и средства от продажи билетов на все спектакли «Поколение Маугли» в регионах страны, будут направлены на лечение детей.

**Михаил Чернышов,**  
**директор МТС в Поволжье**

## «ПОЛУЧЕНИЕ ГРАНТА — ЭТО ЧАСТЬ УСПЕХА»

КОМПАНИЯ ЛУКОЙЛ подвела итоги традиционного конкурса социальных и культурных проектов в регионах ответственности «ЛУКОЙЛ-ВОЛГАНЕФТЕПРОДУКТ». В 2014 ГОДУ ГРАНТЫ ОТ КОМПАНИИ ПОЛУЧИЛИ 64 ПРОЕКТА, НАПРАВЛЕННЫХ НА ПОДДЕРЖКУ СОЦИАЛЬНО НЕЗАЩИЩЕННЫХ ГРАЖДАН, РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСТВА, РЕАЛИЗАЦИЮ КУЛЬТУРНЫХ ИНИЦИАТИВ. ОБЩИЙ ГРАНТОВЫЙ ФОНД В 2014 ГОДУ СОСТАВИЛ 11,5 МЛН РУБ.



Кроме Нижегородской области, в ежегодном конкурсе ЛУКОЙЛа приняли участие представители Владимирской, Вологодской областей, республик Марий Эл, Мордовия и Чувашия. На получение грантов компании претендовал 361 проект — это на 35% больше, чем в прошлом году. Авторитетное жюри выбрало в номинациях «Молодое поколение» и «Здоровый образ жизни» по 19 победителей, в номинации «Экология» гранты получили 8 проектов. Еще 19 заявок жюри одобрило среди проектов развития культуры — приоритетного направления конкурса в 2014 году, объявленном Годом культуры в России. Культурный проект получил и Гран-при конкурса: им стала «Театральная деревня», в рамках которой в Антонихе Варнавинского района создается театральная труппа из жителей деревни. «Это очень интересная инициатива небольшого села, в котором живет около полутысячи человек, но там никогда не было своего театра, и они подали заявку на очень скромные деньги. Их инициатива трогает и вызывает желание помочь. Поэтому кроме гранта заявители получат хороший фотоаппарат, чтобы снимать свои постановки», — рассказывает директор партнера конкурса — приволжского филиала ГЦСИ «Арсенал», заслуженный работник культуры РФ Анна Гор. Остальные победившие проекты позволят организовать новые спортивные и игровые площадки, специальные мультимедийные площадки для поддержки творческих инициатив, провести несколько национальных и детских конкурсов и фестивалей и отреставрировать памятники. Кроме того, помимо ставшего традиционным конкурса

проектов ЛУКОЙЛ совместно с Приволжским филиалом ГЦСИ «Арсенал» провел обучающие семинары и тренинги по повышению уровня реализации проектов для победителей конкурса.

Конкурс социальных и культурных проектов ЛУКОЙЛ проводит с 2002 года, регионы «ЛУКОЙЛ-Волганефтепродукт» подключились к нему в 2007 году. «Этот год стал особо продуктивным, поскольку помимо основных направлений, которые поддерживает ЛУКОЙЛ в области медицины, образования, спорта, в этом году у нас введена новая номинация — „Год культуры в России“». Более того, мы стараемся, чтобы подобного рода конкурсы стали базой для объединения, сплочения, давали организаторам социальных проектов возможность общаться по интересам. Надеемся, что мы будем прирастать как среди номинантов, так и среди организаторов подобных проектов», — отмечает сопредседатель экспертного совета конкурса, генеральный директор ООО «ЛУКОЙЛ-Волганефтепродукт» Илья Бородин. По его словам, подобные конкурсы становятся площадкой для открытого диалога власти, бизнеса и общества. «Потому что хорошая заявка — это только полдела, получение гранта — это часть успеха. И в этой связи хотелось бы пожелать победителям конкурса, чтобы мерилом успеха проекта стало удовлетворение от сделанной работы и благодарность общества», — говорит господин Бородин. «Очень радует, что конкурс с каждым годом привлекает все больше новых участников: растет и количество, и география, расширяются границы. А это значит, что благодаря компании сегодня есть все больше возможностей для реализации общественных инициатив. ЛУКОЙЛ — это пример социально ответственного бизнеса, пример для всех организаций, которые работают на территории региона, и очень важно, что для реализации социальных проектов используются средства не только бюджетов различных уровней, но и средства всем известной компании ЛУКОЙЛ», — добавил заместитель председателя законодательного собрания Нижегородской области Евгений Морозов.



РЕКЛАМА

# Социальная ответственность бизнеса

## Металлурги вошли в историю

— экспертное мнение —

В условиях, когда оборудование и материалы в основном общедоступны, ключевым конкурентным преимуществом на рынке становится персонал. Поэтому в течение последних лет по мере модернизации производств корпорации все большее внимание уделяют созданию в моногородах, где сосредоточены их производственные активы, благоприятных условий труда и жизни для сотрудников. Задавшись решением этой проблемы еще в середине 2000-х, Объединенная металлургическая компания (ОМК) в итоге не только повысила привлекательность провинциальной Выксы, где расположен принадлежащий ей Выксунский металлургический завод, но и дала толчок развитию нового для этой местности направления бизнеса — туристического.

Эта история началась в 2006 году, когда дом-усадьба Баташевых-Шепелевых — основателей и первых владельцев выксунских железоделательных заводов — был закрыт на реставрационно-восстановительные работы. Первый их этап включал реставрацию сохранившегося до наших времен комплекса хозяйственных построек и собственно усадьбы XVIII-века, в стенах которой располагался музей истории ВМЗ. В 2009 году в их архитектурный ансамбль органично вписалась новая четырехзвездочная гостиница «Баташев», а площадь перед усадьбой, которая к тому моменту служила разворотной площадкой местной автостанции, была закрыта для движения транспорта и полностью реконструирована.

Вложив более 500 млн руб. в реставрацию исторического центра, мы хотели сохранить культурное наследие города, а также создать комфортную среду для жизни выксунцев, значительную долю которых составляют наши сотрудники и члены их семей. Намеченных планов удалось достичь. Нынешняя площадка Металлургов — главная концертная площадка Выксы и излюбленное место прогулок выксунцев и гостей города. По степени оснащения современными музейными мультимедиа и составу экспозиции музей истории ВМЗ не имеет равных не только среди провинциальных, но и отдельных столичных музеев. Оттого поток посетителей, желающих познакомиться с историей города и развития отечественной металлургии, год от года только растет.

Так, в 2013 году музей посетили почти 15 тыс. человек — на 40% больше чем в 2012 году. Наряду с экскурсиями в музей регулярно проходят занятия для учащихся младших классов выксунских школ, творческие конкурсы и тематические вечера.

Результаты этой работы оценены и профессиональным сообществом. В прошлом году наша компания была признана лауреатом VIII премии «Культурное наследие» в номинации «Владелец» за возрождение памятника архитектуры — усадьбно-промышленного комплекса Баташевых-Шепелевых. А в июне этого года за развитие культуры Нижегородской области музей истории Выксунского металлургического завода удостоен диплома XVI Международного фестиваля-конкурса «Интермузей 2014» — одного из центральных событий Года культуры в России.

Качество реализации проекта по реставрации исторического центра Выксы не могло не обратить на себя внимания правительства Нижегородской области, активно развивающего сегодня программы поддержки внутреннего и въездного туризма. Как результат, музей истории ВМЗ и гостиница «Баташев» стали победителями ежегодного регионального конкурса «Лидеры туристской индустрии 2013».

Более того, в рамках областных программ уже прорабатывается возможность включения города в туристические маршруты по югу Нижегородской области. Наличие туристских объектов, гостиничной инфраструктуры от эконом- до бизнес-класса, соседство с древним городом Муром, центрами нижегородских народных промыслов Павлово и Вачей, а также Серафимо-Дивеевским монастырем позволяют рассчитывать на востребованность нового направления, а значит на дополнительные источники пополнения регионального и муниципального бюджетов.

Александр Кастрavec, директор по связям с общественностью ОМК

## Не рыба, а удочка

— грант —

Социальная ответственность бизнеса всегда оставалась на периферии сознания советского человека. Во-первых, в СССР не было понятия бизнеса как такового, а слово ассоциировалось с пержитками «загнивающего капитализма». Во-вторых, все предприятия были государственными, и формально собственность граждан и государства воспринималась как нечто единое, а поддержка отдельных членов общества или социальных учреждений существовала как помощь товарищу, а не как благотворительность. В-третьих, необходимость все лето окучивать поля в отдаленном колхозе или работать по выходным через неделю считалась чем-то естественным и не имеющим никакого отношения к помощи слабому от сильного. Нередко заводы организовывали подобно-го рода деятельность по директиве властей. Однако это не значит, что благотворительность в Советском Союзе не было. Просто она не имела ничего общего с традициями меценатства в его привычном понимании.

За последние двадцать лет ситуация кардинально изменилась. Когда госкомпаниями были приватизированы, а власти всех уровней четко прописали себе пределы ответственности в решении тех или иных социальных вопросов, проблема поддержки социально незащищенных граждан встала особенно остро. Конечно, по мере возможности бюджет поддерживает тех, кто в этом нуждается, но на всех этого не хватает. Тем более что вопрос стоит не только в том, чтобы обеспечить всех нуждающихся куском хлеба. Нужно развивать спорт, образование, здравоохранение — все то, без чего нация не может считаться крепкой и процветающей.

И здесь на первый план выходит бизнес. Формироваться социальная ответственность частных компаний начала еще в девяностых годах. К примеру, ЛУКОЙЛ занимается благотворительностью практически с момента создания. В 1993 году был создан благотворительный фонд ЛУКОЙЛ, который позволил систематизировать эту деятельность. Сегодня социальные и благотворительные программы —

это составляющая корпоративной стратегии компании, которая помогает конструктивному сотрудничеству с государством, деловыми кругами и обществом. В последние годы у бизнеса появилось понимание того, что реальный благотворительный эффект дают не разовые акции и выделение средств, а системная работа и комбинированные формы поддержки. В нашей компании на основе многолетнего опыта сложилось четкое понимание того, что благотворительная деятельность не должна порождать социальное иждивенчество. Условно говоря, мы хотим дать человеку не рыбу, а удочку, с помощью которой он может сам себя прокормить. Поэтому ЛУКОЙЛ наряду с традиционными формами помощи использует программы стратегической благотворительности и социальных инвестиций. К примеру, это наш конкурс социальных и культурных проектов, который предусматривает проектный подход и грантовую систему распределения финансовых средств. Оценивая заявки на гранты с помощью экспертов, мы точно пони-



маем финансирование каких социальных проектов даст наибольший эффект в перспективе. Кроме того, мы поняли, что такой подход требует активного взаимодействия с государством: это позволяет решать актуальные социально-экономические проблемы местных сообществ более эффективно. Поддержка властей — пусть не финансовая, а информационная, организационная — важная составляющая современной благотворительной работы.

Безусловно, социальные инвестиции — наиболее перспективный путь развития благотворительной деятельности, и мировой опыт доказывает это. Но в России должны развиваться и традиционные формы меценатства. Думаю, нам удастся рано или поздно так объединить эти традиции, чтобы социальная ответственность бизнеса не только обеспечивала поддержку тех, кто не может сам о себе позаботиться, но и развивала ответственность перед согражданами у каждого гражданина страны.

Игорь Бекетов, генеральный директор благотворительного фонда ЛУКОЙЛ

## «Фонд нужно выбирать так же тщательно, как банк для размещения своих средств на депозите»

В Нижегородской области существует единственная в России региональная Ассоциация добросовестных благотворительных фондов. Созданная в прошлом году организация призвана помочь преодолеть кризис доверия к институту благотворительности, возникший в регионе, выработав критерии надежности и эффективности организаций и фондов. О работе ассоциации рассказала ее координатор Оксана Тажирова.

— блиц-интервью —

— Расскажите о цели создания Ассоциации добросовестных благотворительных фондов.

— Полтора года назад в регионе разразился крупный скандал, связанный со средствами, собранными на лечение нижегородки Ирины Орловой. Напомню, тогда родственникам и друзьям Ирины удалось собрать крупную сумму денег, но они не понадобились, поскольку женщина умерла. После этого было принято решение разделить сумму на две части: одну отдать в фонд, другую потратить на покупку квартиры для сына Ирины. Надо признать, это было воспринято неоднозначно частью нижегородской и российской общественности, которая помогала не только Ирине, но и другим фондам и организациям. В результате история породила небывалый кризис доверия к институту благотворительности. В информационном поле несколько месяцев только и говорили о том, что кругом мошенники, участие в теневых сборах пожертвований, о миллиардах рублей, расхищение которых невозможно отследить. После всей этой волны негатива у некоторых фондов месяцами не было пожертвований. Причем речь шла не только об отсутствии частных пожертвований, от благотворителей ушли даже партнеры — коммерческие организации, стабильные и постоянные, хорошо знакомые с фондами. Чтобы преодолеть возникший кризис, мы и решили создать Ассоциацию добросовестных благотворительных фондов Нижегородской области. Главной целью ассоциации стало желание помочь благотворителям оказывать пожертвования эффективно. На сегодняшний день в ассоциации состоят 11 благотворительных организаций.

— Получается, что все остальные организации и фонды подозрительные?

— У нас нет ни морального, ни юридического права кого-то в чем-то обвинять. Более того, нет никакого желания обвинять кого-то. Мы пошли другим путем и обозначили критерии добросовестных благотворительных организаций и фондов. Начали с того, что подготовили методичку о том, как отличить добросовестный фонд от недобросовестного. Это своего рода правила элементарной благотворительной «гигиены», следуя которым вы сделаете свои пожертвования более безопасными и эффективными. Они очень простые и сводятся к открытости того или иного фонда. В частности, есть ли на сайте фонда финансовые отчеты, аудиторские заключения о том, сколько средств пришло, сколько ушло и на что. Также следует обратить внимание на то, какие люди входят в состав организации, как оперативно выкладываются новости о ее деятельности и хорошо ли данная организация индексируется в поисковых системах. Что касается 11 наших фондов, то они взяли на себя обязательства по опубликованию всей этой информации. Кроме этого идет постоянный внутренний контроль. Мы присматриваем друг за другом. Например, можем сказать тому или иному фонду — вот, вы акцию провели, а отчета на сайте нет. Укажите, сколько средств собрали. Мы стремимся к тому, чтобы знак нашей ассоциации стал знаком качества для благотворительных фондов. И думаю, мы с этим справляемся. Кризис доверия, который нас всех накрыл, постепенно исчезает. Ситуация выравнивается.

— Вас когда-нибудь обвиняли в попытке монополизировать благотворительность, разделив все-таки фонды на те, которые «точно» заслуживают доверие, и те, которые «не совсем»?

— А мы так не делим ни себя, ни коллег. Наша ассоциация предоставляет полный объем информации для принятия взвешенного решения для выбора благотворительной организации. Фонд нужно выбирать так же тщательно, как банк для раз-

мещения своих средств на депозите. Банк — это оператор ваших денег. Благотворительный фонд — это точно такой же оператор ваших денег, которым вы доверяете решить, как лучше помочь, что лучше купить или сделать для благополучателей. И если банк мы выбираем осознанно, почему для фондов должно быть исключение?

— У вас нет опасения, что после того, как потенциальный благотворитель прочтает это интервью и узнает о подводных камнях, ему вообще не захочется связываться и что-то жертвовать?

— Благотворительность — это очень эмоциональная сфера. И, конечно, рассуждения, размышления, детальный анализ могут охладить возникший порыв сделать пожертвование. Но если вы все-таки решили направить свои деньги на помощь нуждающимся и хотите, чтобы они действительно помогли, тогда вы должны принять осознанное решение на основе анализа ситуации. Тогда от вашего пожертвования действительно будет польза. Но самое главное — понимать, что добросовестных фондов больше. И помнить, что помогать нужно.



Беседовал Антон Прусаков

## Риски развития

— проект —

Если частная компания выходит с инициативой реализации социального проекта в России, ей нужно активно взаимодействовать с органами власти, ведь до сих пор главным провайдер социальных услуг — государственные центры помощи, учредители которых — различные министерства и ведомства. Поэтому, когда в 2009 году мы задумали проект по развитию служб раннего вмешательства «От закрытых учреждений к семейной поддержке» для помощи детям с рисками отставания в развитии, сразу обратились к профильным министерствам. Нам было важно установить полноценное партнерство с учредителями организаций здравоохранения и социальных услуг.

Когда мы думали, где могла бы стартовать программа, то рассматривали в основном региональные города — там не так много средств возвращается в социальной сфере и есть существенный дефицит квалифицированных кадров. В итоге реализация проекта началась с Нижегородской области, регион был заинтересован в эффективных социальных инициативах и участвовал в соцпроектах с привлечением внебюджетного финансирования. Кроме того, здесь находится наш офис с сотрудниками, которые занимаются корпоративной социальной ответственностью. В качестве альтернативы мы рассматривали и другие субъекты — Екатеринбург или Новосибирск. Но нам повезло: нижегородские министерства

социальной политики и здравоохранения, когда мы пришли к ним с предложением организовать в регионе службу служб раннего вмешательства, сразу ответили нам «да». Поэтому сегодня можно говорить о том, что мы обладаем успешным опытом сотрудничества с госорганами, с профильными учреждениями, их руководством и слушателями наших программ. Проект получился. Но это вовсе не значит, что сложностей не было.

Основная трудность состояла в том, что услуг раннего вмешательства в России нет и опыта подобной работы на местах просто не существовало. Дети с рисками отставания в развитии просто наблюдались в поликлиниках и не получали психолого-педагогической помощи. Фактически их родители оставались с проблемами один на один. Количество малышей в возрасте до трех лет в социальных центрах было равно нулю. Бывало так, что руководство соцучреждений и персонал не очень понимали, чего именно мы хотим добиться благодаря нашему проекту. Уже в процессе знакомства с программами пришлось понимание и заинтересованность, рос уровень доверия, в центры стали обращаться семьи с детьми с социальнобиологическими рисками отставания — по нашим данным, в госучреждения за психолого-педагогической помощью обратились несколько тысяч семей.

Во время реализации первого этапа проекта с 2009 по 2013 годы к программе постепенно присоединились десять государственных соцучреждений из Нижнего Новгорода, Дзержинска, Арзамаса, Кулебак,



Заволжья и других городов. На втором этапе, который начался в этом году, с нами стали сотрудничать еще семь социальных центров из Нижнего Новгорода и области, не считая некоммерческих организаций, которые были слушателями наших семинаров и сегодня работают по нашей программе в своих центрах. Несмотря на то, что информации о проекте в открытом доступе было немного, в профессиональной сфере к ней проявлял большой интерес.

Мы надеемся, что в ближайшее время проект будет транслироваться и на другие регионы. Сейчас КПМГ собирается открыть собственный фонд, чтобы при финансировании компании привлекать туда средства.

Юлия Богданова, координатор проекта, специалист по корпоративной социальной ответственности международной аудиторско-консалтинговой компании КПМГ

## Благотворительный ресурс

— фонды —

на помощи родителям детей с синдромом Дауна, считают, что эффективно всего собирать средства на свою деятельность, разрабатывая программы и участвуя в различных конкурсах. Ежегодно центр участвует в двух-трех конкурсах с программами, рассчитанными на один год. Также в «Синини» говорят о том, что необходимо максимально использовать возможности интернета. «Мы убедились, что существует огромное количество людей, готовых помогать. Для этого необходимо лишь честно рассказать о себе и о том, что вам нужно, — уверяет председатель организации Любовь Калинина. — Мы сейчас активно занимаемся подготовкой к открытию собственного центра и приглашаем всех желающих помочь нам с ремонтом. Огромный вклад вносят неравнодушные люди, которые у-

нали о нас как раз из интернета. Например, нам нужно было вставить окна, и на наш вызов помочь откликнулись сразу восемь фирм, которые на этом специализируются».

В нижегородском отделении ООИИ «Новые возможности» оказывают практическую помощь людям с психическими расстройствами. После ряда неудач по привлечению средств сотрудники организации решили начать зарабатывать деньги сами. «В Нижнем Новгороде только мы с помощью Нижегородской клинической психиатрической больницы № 1 помогаем больным с диагнозом — шизофрения, — рассказал заместитель председателя «Новых возможностей» Владимир Толмачев. — Несмотря на это, финансовое положение, в котором мы находимся, не позволяет нам помогать им доста-

точно эффективно. Волонтеры здесь не панацея. Нам необходимы специалисты, которым нужно платить. Но как показывает наш опыт, жертвовать на больных шизофренией ни частные лица, ни организации не хотят. Благотворители попросту нас боятся. Для подавляющего большинства людей большой шизофренией — это агрессивный псих, от которого надо держаться подальше». Поэтому в организации сейчас готовится проект досугового центра для больных с диагнозом — шизофрения, который, в частности, будет оказывать платные услуги по уходу за пожилыми людьми. «Реализовав этот проект, мы планируем решить сразу три проблемы: трудоустроить наших ребят, которых никто не хочет брать на работу, заработать и помочь старикам», — поясняет господин Толмачев

Антон Прусаков