

социальная ответственность

Где работают мамы и папы

Россия, как и многие европейские государства, с каждым годом все острее ощущает проблему снижения рождаемости: население стареет, доля молодых и активных граждан в стране сокращается. И это в будущем чревато экономическими и социальными проблемами. Попытки государства повысить рождаемость недостаточны, и только некоторые компании добровольно берут на себя функции по поддержке материнства и детства.

— помощь родителям —

Сегодня у большинства российских компаний нет подобных программ, поэтому помощь родителям могут предоставить только очень крупные корпорации, как, например «Газпром» или «Тойота», которые для своих сотрудников строят детские сады. В зарубежных компаниях это отчасти вынужденная мера, так как значительная часть сотрудников из европейских компаний не являются жителями России, и специальные многонациональные группы для детей просто необходимы. «Однако и наши бизнесмены постепенно приходят к пониманию необходимости вкладывать средства в социальную политику, чтобы удержать сотрудников, показав участие компании в их семейных заботах. Уже есть организации, которые на постоянной основе устраивают семейные праздники и детские игровые комнаты», — говорит Наталья Фесенко, основатель АНО «Международный институт развития будущего».

По ее мнению, в настоящий момент возникла необходимость в совместной работе работодателя, работника и частных организаций, которые готовы принять детей и стать специализированной площадкой для решения вопросов нехватки мест в дошкольных учреждениях, организации детского отдыха. «Как показывает практика, работодатель, предоставив ребенку сотрудника возможность посетить хороший детский сад, получить достойное образование и хороший отдых, получает повышенную мотивацию сотрудников даже при относительно невысокой заработной плате», — отмечает госпожа Фесенко.

Пассив для работодателя
Ведущий аналитик ГК «Доверие» Антон Банин отмечает: «К сожалению, приходится констатировать, что на сегодняшний день в России матери, находящиеся в отпуске по уходу за ребенком, являются пассивом, избавиться от которого компаниям не позволяет действующее законодательство. Матерей с подростками детьми трех-семи лет тоже не особо жалуют, поскольку те вынуждены постоянно отпрашиваться по семейным обстоятельствам. Поэтому все, что касается всевозможных программ поддержки матерей, так или иначе опирается на западный опыт, где уже десятилетиями культивируется тендерное равенство. В частно-

сти, во многих компаниях США и Западной Европы для декретных матерей предусмотрены программы повышения квалификации на дому (или онлайн), оплата детского сада, дополнительные льготы. Интересен опыт международной консалтинговой компании Accenture: для матерей компания предоставляет, помимо стандартного отпуска по уходу за ребенком, гарантированный год работы после возвращения и обеспечивает бесплатную доставку грудного молока для работающих матерей. Россия понемногу начинает перенимать опыт США по организации при офисах детских центров — своеобразных корпоративных детских комнат».

Юлия Семкина, маркетолог-аналитик ЗАО «БФА-Девелопмент», говорит: «Насколько мне известно, максимум, на что сегодня идут работодатели, — это предоставляют полисы ДМС для сотрудников и их детей, устраивают праздники для родителей с детьми и творческие конкурсы. В случае поддержки молодых матерей ситуация еще более плачевная: лишь 2% российских компаний готовы оплачивать сады для детей своих сотрудников, более того, молодых мам не хотят трудоустраивать около 40% работодателей. Ситуация может кардинально измениться, если государство возьмет все в свои руки, начнет поощрять организации, уделяющие должное внимание молодым матерям. Например, уменьшит налоговые вычеты или выделит субсидии».

Госпожа Фесенко сообщила, что «Международный институт развития будущего» готовит предложение к городской администрации с просьбой проработать налоговые льготы для компаний, заботящихся о матерях и детях, продемонстрировав уже реально действующие примеры добровольной помощи бизнесменов в этой сфере.

Праздник для детей
Пока же большинство отечественных компаний ограничиваются организацией праздников для детей. И лишь крупные фирмы идут чуть дальше.

Начиная с 2010 года «Группа ЛСР» совместно с благотворительным фондом «Дети ждут» развивает несколько программ поддержки детей и матерей. Одна из них направлена на содействие усыновлению детей-сирот. В рамках этой программы создан портал дети.ждут.рф, где размещается информация о детях Северо-Западного



Ребенок может поиграть в работу родителей, чтобы понимать, где они пропадают каждый день

региона, находящихся в детских домах и домах ребенка. За время действия проекта более 2700 детей обрели свои семьи.

Второй проект «Группы ЛСР» и фонда «Дети ждут» — «Мама рядом» — направлен на поддержку одиноких женщин с маленькими детьми, оказавшихся в трудной жизненной ситуации. В рамках проекта «Группа ЛСР» предоставляет нуждающимся мамам с детьми размещение в благоустроенной и полностью оборудованной квартире (мебель, бытовая техника, необходимые вещи для ребенка), помощь специалистов-психологов, юристов, социальных работников. В рамках проекта налажен контакт с волонтерами, которые учат молодых мам решать бытовые и хозяйственные вопросы, планировать бюджет, заниматься воспитанием и развитием детей. Женщины приобретают практические навыки, наличие которых позволяет им в дальнейшем ответственно вести жизнь с ребенком и обеспечивать свою семью самостоятельно. Директор по работе с инвесторами и связям с общественностью «Группы ЛСР» Юрий Ильин говорит: «На данный момент самый важный показатель, что с начала проекта у его выпускниц случаев отказов от детей или возникновения ситуаций социального неблагополучия нет. Таким образом, проект эффективно достигает поставленных целей».

Директор по персоналу ГК ЦДС Венера Хадеева рассказывает: «Еже-

годно в летний период мы отправляем детей сотрудников, в возрасте от 8 до 17 лет, отдыхать на море. Например, сейчас наши дети отдыхают в Болгарии. Кроме того, мы проводим корпоративные новогодние елки для детей и внуков сотрудников. Например, в прошлом году мы провели три разные елки на Ленфильме для детей разного возраста — от самых маленьких до старшеклассников. Ежегодно компания традиционно поздравляет первоклашек и вручает подарочные сертификаты в актуальные магазины для подготовки детей к школе. В ближайшее время мы планируем для взрослых ребят проводить экскурсии в компании, чтобы каждый ребенок осознал, чем занимаются родители — и, возможно, эти встречи помогут кому-то определить свой профессиональный жизненный путь».

Елизавета Яковлева, руководитель отдела маркетинга и аналитики «Лаборатории МЕТРОВ», констатирует: «К сожалению, организация летнего отдыха или оплата большей части стоимости путевок в летние детские лагеря сейчас не очень распространена. Хотя многие родители с охотой бы воспользовались таким предложением».

Ответственный сотрудник
Светлана Романова, учредитель, управляющий партнер группы компаний «Нексия Пачоли», отмечает: «Как показывает практика, молодые мамы более ответственные, собранные, исполнительные и лояльные. Компания заинтересована в таких сотрудниках и предоставляет им индивидуальные ус-

ловия работы: неполный рабочий день, гибкий график, удаленный доступ, отпуск в удобное время и т. д. В рамках программы поддержки молодых родителей каждый год мы приглашаем всех наших детей в гости на познавательное мероприятие „Где работают мои мама и папа“. Нам кажется важным рассказывать и показывать любознательным детям, куда же отправляются их родители каждое утро и где пропадают целыми днями. Кроме того, опять же в помощь молодым родителям, мы приглашаем в офис психолога с лекциями по психологии общения с детьми».

Анна Каткова, директор по персоналу компании «Данфосс», рассказала, что в компании достаточно сильно развита система поддержки материнства и детства. Например, если сотрудница проработала в компании более двух лет, ей назначается доплата к пособию от государства в среднем в размере 10 тыс. рублей до исполнения ребенку 12 месяцев. У сотрудниц сохраняется ДМС на период отпуска по уходу за ребенком до трех лет, при рождении малыша мамам или папам дарят подарочную карту на 5 тыс. рублей. Фирма преподносит подарки на Новый год всем детям сотрудников до 14 лет, а подарки для сотрудников отправляются и тем женщинам, которые находятся в отпуске по уходу за ребенком. Кроме того, каждый год «Данфосс» проводит для детей творческие конкурсы с сюрпризами для всех участников, корпоративные мероприятия для сотрудников и членов семей Family Day (3 июня, напри-

мер, участвовали около 400 человек), в компании предоставляется возможность подработки во время отпуска по уходу за ребенком (расчеты для клиентов из дома, работа один-три раза в неделю и т. д.).

Эксперты говорят, что социальная ответственность зачастую входит в прямое противоречие с финансовой эффективностью. Фирмы, особенно крупные, содержат собственные учреждения для детей, однако, когда финансовое положение организации ухудшается, руководителей критикуют за наличие непрофильных объектов. В особенности если речь идет об организациях с государственным участием. «Оптимальной формой является покупка готовых решений, включая отдых в пансионатах, летних детских лагерях, совместных образовательных или развивающих программ для родителей и детей. Например, для детей среднего и старшего школьного возраста сегодня получили развитие летние специализированные школы, где детям дают представление о профессии. Коллективы энтузиастов, которые организуют такие мероприятия, часто предлагают корпорациям специализированные проекты для детей сотрудников или семейные проекты. Преимущество партнерства заключается в том, что фирма или организация, не занимаясь непрофильной для себя деятельностью, тем не менее способна собрать отзывы сотрудников о проекте и измерить его эффективность», — резюмирует Леонид Делицын, аналитик ГК «Финам».

Роман Масленников

Борщ для друзей

— креатив —

Бутик-отель Hotel Indigo Санкт-Петербург-Чайковского и благотворительный фонд «Друзья» начали сотрудничество с «дружеского борща», а теперь вместе воплощают в жизнь масштабные и резонансные проекты.

Каждый месяц Hotel Indigo перечисляет на счет фонда «Друзья» выручку от продажи одного из самых популярных блюд своего ресторана «Вино&Вода» — фирменного русского борща, подаваемого в хлебной буханке. Напротив этой позиции в меню есть небольшая отметка о том, что все средства от продажи борща пойдут на благотворительные проекты, которые организует фонд. Делая заказ, гости ресторана принимают решение не только о выборе блюда, но и о взносе в пользу «Друзей».

Созданный в 2015 году фонд «Друзья» — это своего рода фонд-зонтик, агрегатор ресурсов, информации, опыта и возможностей. «Друзья» не занимаются прямой адресной помощью, а помогают благотворительным организациям найти системные решения и профессиональных менеджеров, и тем самым повысить свой коэффициент полезного действия.

«Благотворительное блюдо» — очень удобный для отеля формат:



В ресторане «Вино&Вода» можно выбрать «благотворительное» блюдо

он предполагает постоянную, адресную и прозрачную форму поддержки. «Наша главная задача — участвовать в формировании среды, благоприятной для развития благотворительности», — отмечает инвестор отеля Виктория Шамликашвили. — И если мы говорим о среде, то подразумеваем,

что прозрачность и чистота — понятия не только санитарно-гигиенические, но и морально-этические».

Идея со специальным блюдом — это не единственное, что отель смог предложить фонду в качестве участия. Накануне международного экономического форума отель выступил партнером благотворительного рок-фестиваля Charity Battle Friends-Fun-

Rock'n'roll. На своеобразный музыкальный ринг вышли известные финансисты и предприниматели, которые продемонстрировали в этот вечер свой творческий потенциал в амплуа рок-музыкантов. Музыканты соревновались в мастерстве, а гости голосовали за каждую рок-группу, делая денежные взносы.

Личным примером петербургский Hotel Indigo доказывает: не-

большому бутик-отелю вполне по силам вести активную и очень разностороннюю благотворительную деятельность, которую здесь трактуют не только как прямую помощь тем, кто нуждается, например, в оплате медикаментов или операции. Благотворительность рассматривается как процесс созидания. Поэтому отель — постоянный партнер целой плеяды музыкальных, театральных и кинофестивалей, в числе которых международный кинофестиваль «Фестиваль Фестивалей», международный театральный фестиваль «БТК-Фест».

Небольшие компании часто не видят себя в числе участников благотворительных программ, считая, что пожертвование непременно предполагает значительный мас-

штаб. Виктория Шамликашвили предлагает посмотреть на вопрос в ином ракурсе: в благотворительности важна не собственно цифра, а осознанность помощи и взаимное доверие между участниками процесса. «Для того чтобы благотворительность развивалась, нужны системные решения, доверие между партнерами и прозрачность результатов, — рассуждает она. — Наш альянс с „Друзьями“, в частности, состоялся и развивается именно потому, что все эти условия были выполнены — если говорить о технической стороне вопроса. А в конечном счете, дело не в перечисленных суммах, а в том, что для каждого, кто помогает и получает помощь, есть осязаемый смысл в таких важных словах, как спасибо, милосердие, великодушие, благодарность».

Галина Столярова

ФЕИ ИЗ ЖЕНСОВЕТА
Как сообщается на сайте российской общественной неправительственной организации «Союз женщин России», в июне в Пятигорске прошла необычная благотворительная акция «Плате для Золушки».
По инициативе городского совета женщин 40 выпускниц средних школ 9-х и 11-х классов, которые по разным причинам не могли позволить себе праздничный наряд для выпускного бала, получили его от женсовета. А благотворительной акции подключились магазины одежды, белья и обуви, салоны и центры красоты, где девушкам делали прически, макияж и маникюр. За месяц женсовет смог подобрать для всех вечерние платья, туфли и различные аксессуары.