

Социальное партнерство в России



Москва, 2015

Сборник издан АНО «Центр развития филантропии «Сопричастность» и журналом «Бизнес и Общество» при поддержке компаний ОМК и «Северсталь»



Центр развития филантропии «Сопричастность» – одна из первых неправительственных организаций России. Начало деятельности в качестве общества милосердия Свердловского района г. Москвы – 1987 г., спустя четыре года был зарегистрирован БФ «Сопричастность». В 1999 г. на базе фонда создан Центр развития филантропии «Сопричастность».

Миссия Центра – содействие развитию гражданского общества, эффективной системы социального партнерства бизнеса, власти и НКО, корпоративной социальной ответственности, а также информационная поддержка этой деятельности.

Информационно-аналитический журнал «Бизнес и общество» – первое российское издание, посвященное КСО, устойчивому развитию и социальному партнерству.



Журнал существует с 1998 г., зарегистрирован в МРУ Госкомпечати РФ в 1999 г., за это время стал авторитетным изданием для представителей российского бизнеса, властных структур, общественных организаций, экспертов.



Объединенная металлургическая компания (ОМК) – один из крупнейших российских производителей продукции для ведущих энергетических, транспортных и промышленных компаний.

Активная социальная политика – неотъемлемая часть стратегии ОМК.

Компания рассматривает социальные программы как долгосрочные инвестиции в устойчивость местных сообществ в регионах своей деятельности. ОМК стремится создавать и укреплять отношения с обществом и вести открытый диалог с неправительственными организациями, местными органами власти и другими заинтересованными сторонами.

Основные направления благотворительных и внешних социальных программ – поддержка массового спорта и спорта высоких достижений, образовательных программ, культуры, социальные программы, помощь духовным и религиозным организациям, военно-патриотическое воспитание молодежи, помощь ветеранам войны.



Корпоративная политика в области управления внешними социальными программами базируется на миссии, стратегии и корпоративных ценностях Компании. В рамках соглашений с региональными и муниципальными органами власти «Северсталь» инвестирует в повышение качества жизни людей, живущих в городах, где работают ее предприятия.

Это включает такие сферы, как образование и культура (грантовый конкурс «Музеи Русского Севера», Фестиваль «Золотая Маска» в Москве, Череповце и в Латвии, детский творческий конкурс «Стиль стали» и многое другое) профилактика детского сиротства, поддержка материнства и детства (БФ программа «Дорога к дому»), здоровье, спорт, развитие местных сообществ, поддержка пенсионеров.

Компания поддерживает традиционные формы благотворительности, такие как финансирование крупных культурных, образовательных и социальных учреждений (Большой театр, Мариинский, Кирилло-Белозерский историко-архитектурный и художественный музей-заповедник, Третьяковская галерея, Пушкинский музей, Русский музей и многие др.).

Вместе с тем она предлагает инновационные проекты, способствующие развитию инфраструктуры малого и среднего бизнеса, социального предпринимательства в регионах присутствия и самостоятельному устойчивому развитию сообществ (НП «Агентство Городского Развития», АНО «Инвестиционное агентство «Череповец»).

Также выражаем благодарность всем, кто помогал в издании сборника – волонтерам Марии Афоной, Виктории Шиляевой, Ольге Безменово, Анне Шулик и другим.



Уважаемые читатели!

Социальное партнерство является одним из активно развивающихся направлений позитивных общественных преобразований. Оно благотворно влияет на повышение качества жизни и развитие регионов и страны в целом. Со дня своего основания в 1999 году некоммерческий консорциум «Бизнес и общество», в который входят Центр развития филантропии «Сопричастность», Клуб корпоративных филантропов, портал и журнал «Бизнес и общество», способствуют развитию межсекторного социального партнерства и распространению российских и международных практик.

В Сборнике представлены результаты усилий консорциума за последний год – всероссийское исследование и конференция, по результатам которой участники разработали предложения по возможным формам взаимодействия власти, СМИ, бизнеса и НКО для обеспечения стабильности, гармонизации общественных отношений, повышения осведомленности населения в вопросах социального развития.

Также мы собрали около 50 кейсов социального партнерства в России. Мы просили участников проектов рассказать о сложностях с которыми они столкнулись. Среди представленных кейсов можно найти как системные, масштабные примеры, так и первый опыт организаций в этом направлении. Однако, все они важны как инновационные формы сотрудничества бизнеса, органов власти и общественных институтов. Учитывая, что этот процесс происходит на фоне множества предубеждений, мешающих эффективному взаимодействию в этой сфере, становится понятной необходимость распространения результатов и вдохновляющих примеров взаимовыгодного сотрудничества всех участников этого процесса.

С наилучшими пожеланиями,

Татьяна Бачинская

исполнительный директор Центра развития филантропии «Сопричастность», главный редактор журнала «Бизнес и общество»

Содержание

- 3** **Социальное партнерство: тенденции, перспективы и лучшие практики. По результатам всероссийского исследования**
 - 54** **В Москве обсудили возможности развития социального партнерства**
 - 59** **Резолюция**
 - 60** **Конкурс ОМК как пример социального партнерства**
- Практики социального партнерства**

Социальное партнерство: тенденции, перспективы и лучшие практики

Представляем итоги исследования «Партнерство институтов гражданского общества, власти и бизнеса для развития диалога, укрепления гражданского общества и распространения лучших практик в этой сфере», подготовленного Центром развития филантропии «Сопричастность».

При реализации проекта используются средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 17.01.2014 № 11-рп и на основании конкурса, проведенного Фондом ИСЭПИ.

Центр и журнал «Бизнес и общество» давно занимаются изучением этого инновационного направления, что позволило использовать обширную базу квалифицированных экспертов из бизнеса, власти, гражданского общества и СМИ как в Москве, так и в регионах.

Исследование описывает основные практики, выявляет проблемы и перспективы развития, а также разработывает рекомендации по модернизации взаимодействия бизнеса, власти и институтов гражданского общества в социальной сфере.

В обработке данных применялось сочетание традиционных качественных методов анализа, полученных из глубинных интервью (120 экспертов) и фокус-групп (62 эксперта). География проекта охватывает Москву, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Псков, Пермь и Самару.

Введение

С исторической точки зрения социальное партнерство (СП) практиковалось в России еще в средние века, и с именами русских предпринимателей и меценатов Демидовых, Грибушиных, Строгановых и представителей других российских династий связаны начинания в данной сфере. Сегодня для развития традиций важна преемственность, именно поэтому СП и социальная ответственность органично входят в социальные кодексы и другие нормативные акты современных бизнес-структур.

Изначально под СП понималась система институтов и механизмов согласования интересов участников производственного процесса, основанная на равном сотрудничестве работников и работодателей. В так называемом трипартистском (тред-юнионистском) варианте социального партнерства, как правило, интересы работников представлены профсоюзами, интересы работодателей – союзами предпринимателей, третьим участником процесса согласования интересов выступает государство, которое является также гарантом выполнения принятых договоренностей. Такая система обеспечивает относительный баланс интересов работников и работодателей при сочетании экономической эффективности и социальной справедливости.

Постепенно СП стало приобретать другие формы, не обязательно связанные с процессом производства, за счет чего стала набирать силу социальная направленность современной рыночной экономики. И сегодня социальное партнерство имеет все шансы стать эффективным инструментом стабильного долгосрочного социально-экономического развития России, позволяющим решать общественные проблемы, через взаимодействие власти, бизнеса и неправительственного сектора.

Однако, несмотря на более чем 15-летний путь применения практик социального партнерства в современной России, он мало исследован, проанализирован и обобщен.

Как развивается СП на региональном и местном уровнях? Зависит ли этот процесс от численности населения, урбанизации, социально-политических, исторических и других факторов? Каков, и в чем потенциал СП для снижения напряженности в обществе, его вклад в развитие местных сообществ, регионов в целом? Что могут рекомендовать эксперты – участники СП из разных секторов для развития данной сферы в России?

Сегодня важно выявить и поддержать точки роста СП, довести информацию о региональном опыте партнерства до возможно большего количества заинтересованных людей во всех секторах (власть, общество, бизнес и СМИ).

«Социальное партнерство», что это?

Понятие «социальное партнерство» вошло в повседневный обиход, однако его применение и интерпретация зависят от жизненного и профессионального опыта экспертов, традиций, принятых на их предыдущем и текущем месте работы, а также общей эрудиции. Главное в СП для экспертов – сопричастность, соучастие, поддержка, взаимодействие между бизнесом, властью и обществом на основах взаимоуважения и солидарности в целях решения задач развития общества. В региональном варианте – для решения задач развития региона, города, населенного пункта (в зависимости от количества уровней у социума).

Обобщая высказывания участников исследования, под СП понимается межсекторное партнерство, которое существует между бизнесом, властью и НКО, для улучшения социально-экономической ситуации в городе, регионе.

Другими словами, социальное партнерство – это:

- участие в общем деле нескольких организаций, физических и/или юридических лиц, связанных одной общей идеей при отсутствии фиксированных коммерческих интересов, направленное на решение социальных проблем, улучшение обстановки, изменение мира в целом;
- взаимодействие заинтересованных сторон для достижения оптимальных социально значимых результатов, которые положительно сказываются на деятельности как бизнеса, так и власти и социума в целом;
- готовность бизнес-структур и органов государственной власти сотрудничать с неправительственным сектором в реализации социальных инициатив;
- система взаимоотношений, направленная на участие общества и его членов в процессах государственного, корпоративного и социального управления.

В зависимости от того, какой статус имеет представитель бизнес-структуры: наемного работника или владельца, его мнение в отношении понятия СП и всего, что с этим связано, имеет некоторые различия, но в основном все направлено на извлечение преимуществ для развития бизнеса.

” В качестве иллюстрации, можно привести высказывание владельца ремонтной мастерской из Пскова: «СП – это когда предприниматель работает с определенными социальными группами, оказывает им помощь, предусматривает для них в своей работе скидочную часть, а государство компенсирует этому предпринимателю себестоимость каким-либо образом. Предполагается, что будут задействованы все три сектора, но пока у меня выпал один сектор – государство». И далее он же: «Я для себя вижу СП применительно непосредственно к моему предприятию возможно как производство каких-то ремонтных услуг, согласно, какому-то социальному заказу, может быть государственному. В принципе я готов», – говорит он.

Диапазон понимания того, что подразумевает под собой социальное партнерство, широк: от предоставления населению качественных услуг за оптимальные цены, то есть, фактически добросовестного исполнения бизнесом своих функций, до осознанной поддержки бизнесом социально полезной деятельности неправительственных организаций. И здесь дефиниция СП коррелируется с понятием корпоративной социальной ответственности (КСО), которое полтора десятка лет назад было заимствовано из практики иностранных компаний. В этом контексте СП ни в коем случае не благотворительность, а в первую очередь, профильная деятельность предприятия. При этом поддержка мероприятий социальной направленности имеет важное значение и, как правило, осуществляется совместно с неправительственным сектором и органами государственной власти разного уровня.

Кроме этого, социальное партнерство для бизнеса – это решение общих, преимущественно социальных задач, а также волеизъявление предпринимателя помочь какой-то категории жителей в социальном плане через предоставление услуг. При этом представители бизнес-структур готовы расширять базу этих услуг и ждут социальных заказов от органов государственной власти и местного самоуправления.



«Мы это понимаем для себя как любое партнерство, направленное на социальную деятельность: будь то грантовая поддержка, волонтерство, социальное предпринимательство, или программы для детей и молодежи. Т.е. любой вид взаимодействия, направленный на решение социальной проблематики, социальных задач, предполагающий равное участие организаций-партнеров в решении этих задач. У каждого из наших партнеров есть разный опыт и компетенции, разные возможности. И сложение этих возможностей, наших и партнеров, зачастую дает неплохую синергию. Причем нашими партнерами являются не только НКО, но малый и средний бизнес. Мы рассматриваем партнерство достаточно широко», – говорит представитель крупного российского бизнеса, Москва.

С точки зрения представителей органов государственной власти и органов местного самоуправления, СП это:

- важное направление работы по взаимодействию с общественными институтами гражданского общества в целях решения различных, в том числе управленческих задач;
- наличие сторон, заинтересованных в конечном результате, которые объединяют свои человеческие, интеллектуальные и материальные ресурсы для партнерской деятельности по достижению совместно обозначенных целей;
- система взаимоотношений между работниками и работодателями, органами государственной власти и местного самоуправления, направленная на согласование и обеспечение интересов работников и работодателей по вопросам регулирования трудовых отношений (статья 23 Трудового Кодекса Российской Федерации).

Как следует из обозначенных выше определений, в понятии СП есть две составляющих. Во-первых, оно используется для фиксации социально-трудовых отношений, где сторонами выступают: профсоюзы (представители работников), ассоциации работодателей

(представители работодателей) и органы государственной власти, регулирующие трудовые отношения. То есть данное партнерство относится исключительно к социально-трудовой сфере. Другой вариант смыслового использования термина – это совместная деятельность НКО и бизнеса, бизнеса и власти или всех трех сторон, нацеленная на достижение определенных социальных результатов. И если в социально-трудовом блоке результатом деятельности является защита прав работников в части создания приемлемых условий труда, промышленной безопасности, здоровья, повышения квалификации персонала и т.д. То во втором – это повышение качества жизни, помощь нуждающимся людям, решение конкретных проблем в целом через совместные проекты социальной направленности.

С точки зрения представителей НКО, социальное партнерство это:

- система взаимоотношений, направленная на участие общества и человека в процессах государственного, корпоративного, общественного управления;
- принципы взаимодействия государства и некоммерческого сектора в части реализации актуальных проблем, стоящих перед обществом, особенно в том сегменте, где государство по тем или иным причинам не может эффективно разрешать эти проблемы;
- взаимовыгодное сотрудничество некоммерческого сектора, бизнеса и органов власти, при котором органы власти и бизнес финансово, информационно и в других формах поддерживают инициативы НКО как институтов гражданского общества.

Относительно применения термина «социальное партнерство» у представителей некоммерческого сектора единого мнения нет. Одни из них отмечали, что в силу того, что термин СП пока не разработан и оконча-

тельно не понятен всем сторонам, непосредственно в ежедневной работе он используется редко, чаще применяются более простые и однозначно трактуемые экономические термины: фандрайзинг, донорство и т.д. Другие используют этот термин, как правило, в диалоге с властью и с бизнесом для того, чтобы объяснить им, что на данном этапе развития некоммерческий сектор уже готов выступать партнером в проектах. Например, он может предложить профессиональную оценку и подход к решению тех или иных проблем, исполнение государственного контракта по предоставлению социальных услуг и т.д. Понятие третьего сектора как «по-прошайнического» уходит в историю, речь идет о партнерстве на равных правах. Определение «социальное партнерство» здесь, как правило, используется, если необходимо подчеркнуть, что некоммерческий сектор готов выступать партнером в решении общих проблем.

Многие эксперты сходились во мнении, что понятие СП чаще употребляется при написании публикаций и в официальной переписке, а между и внутри организаций он практически не используется. Зачастую его заменяют на другие термины: благотворительность, меценатство, некоммерческий проект, социальная деятельность, социальный проект, социально-культурная деятельность, социальные отношения.

Однако традиционная триада власть-бизнес-НКО – не догма, участие всех трех секторов не обязательно, так как партнерство может состояться между НКО и бизнесом, НКО и властью, существуют и развиваются проекты с участием двух и более НКО, бизнес-структур. При этом относительно органов государственной власти такие примеры встречаются реже, и это является фактором снижения эффективности сотрудничества в сфере социального партнерства.

«На зарядку становись!»

ОМК, стадион п. Новосинеглазовский, администрация п. Новосинеглазовский, ОАО «Трубодеталь», газета «Новости в деталях», спортклуб «Арена»

18 июля на стадионе поселка Новосинеглазовский в рамках реализации программ победителей конкурса социальных и благотворительных проектов «ОМК-Партнерство» состоялось открытие волонтерской акции «Даешь спорт в массы!».

Идея мероприятия проста: собраться всем желающим на свежем воздухе и с помощью нехитрых гимнастических приспособлений под ритмическую музыку выполнить полезные для здоровья упражнения.

На зарядку были приглашены жители поселка и работники завода «Трубодеталь». Самыми активными участниками необычного мероприятия стали члены местного спортивного клуба «Арена» – настоящие фанаты здорового образа жизни. В первый раз на физзарядку собралось десять человек, со временем их стало больше.

Участники получили заряд бодрости и позитивной энергии. За активное участие каждому в подарок был вручен магнитик и футболка с символикой проекта.

Каждую субботу до 1 октября на стадионе поселка Новосинеглазовский (на площадке воркаута) в 11:00 часов волонтеры ОАО «Трубодеталь» ждали всех желающих п. Новосинеглазовский и завода на зарядку.

Сложности возникли при приглашении жителей п. Новосинеглазовский присоединиться к проекту. Необходима наиболее продуманная PR-кампания (постеры, листовки, интервью на радио).



Основные формы реализации социального партнерства

Необходимо отметить, что не всеми участниками исследования вопрос об основных формах реализации СП был понят однозначно. В большинстве случаев речь шла не о формах сотрудничества, направленных на активизацию межсекторного диалога, а об инструментах взаимодействия или формах проведения тех или иных мероприятий, например, круглых столов, семинаров, тренингов, конференций. В качестве формы реализации СП называлось также создание различных советов (попечительских, общественных) при министерствах, муниципальных учреждениях, которые объединяют наиболее сильные НКО, бизнес и совместно с властью принимают участие в развитии общественных и муниципальных институтов, министерств и т.д.

Финансирование со стороны участников СП может быть полным, частичным, совместным. Особое значение в части финансирования проектов СП придается грантам, около трети экспертов выделили в качестве одной из распространенных форм СП для регионального уровня проведение конкурсных механизмов для НКО. И здесь гранты воспринимаются как прямые инвестиции в решение проблем. При этом участие бизнеса, заинтересованного грамотно и эффективно раз-

местить благотворительные средства, заключается в оценке заявок на гранты наряду с органами государственной власти, что позволит снизить риски и поможет сделать проекты более эффективными, нацеленными на достижение общего результата.

Необходимо отметить, что, по мнению ряда экспертов, предлагая субсидирование в виде грантов, государство практически не видит реализацию СП через участие НКО и бизнеса в госконтрактах, а такая форма реализации партнерства могла бы значительно продвинуть решение социальных проблем, и возможно части из них – на превентивном уровне.

“ «В грантах отработана и успешно применяется система отчетности, меньше риска, что деньги «рассосутся» по карманам, по сравнению с госзакупками и целевыми субсидиями. От грантов видна отдача. Конкретный проект, конкретное финансирование и конкретный результат, и выход на продолжение, на решение проблемы», - отмечает представитель бюджетного учреждения Псковской области.

Необходимо отметить, что с точки зрения ряда экспертов благотворительность – самая простая форма реализации СП и участие в ней могут принимать представители всех секторов, в том числе НКО, включая инициативные группы. При этом каждый из секторов может находить свою форму взаимодействия с другими участниками СП. Это может быть:

«Подари улыбку»

ОМК, ОАО «Трубодеталь» и социальный приют «Возрождение»

Волонтеры завода «Трубодеталь» провели в Челябинске акцию «Подари улыбку» в рамках реализации проектов-победителей конкурса «ОМК-Партнерство». Акция была организована для детей из подшефного социального приюта «Возрождение».

Цель проекта – проведение фотосессии, создание портфолио для детей-сирот, которые готовятся к усыновлению. Волонтерский проект «Подари улыбку» выполняется в партнерстве с администрацией социального приюта «Возрождение». На стадии написания заявки волонтеры провели встречу с руководством приюта, выяснили, какая волонтерская помощь необходима.

20 самым маленьким воспитанникам приюта была организована фотосессия. После чего они посетили Центральный парк культуры и отдыха им. Гагарина, покатались на аттракционах, угостились мороженым, получили в подарок яркие воздушные шары, а после увлекательных развлечений детишек ждал вкусный обед в кафе.

Работник ОАО «Трубодеталь» Екатерина Потесина, выступившая волонтером-куратором и фотографом проекта, рассказала, что добиться расположе-

ния маленьких моделей было несложно, все ребята с удовольствием улыбались и позировали ей, а некоторые и сами попробовали сфотографировать друг друга.

По итогам фотосессии также каждый ребенок получит разнообразные снимки: от портретов до групповых фотографий. В День знаний, 1 сентября, ребятам вручили красочные альбомы с фотографиями.

Сложности. Проблем не было, так как во время презентации конкурса «ОМК-Партнерство» в п. Новосингловский компания собирала представителей НКО, государственных и муниципальных учреждений и доносила до них идею социального партнерства между заинтересованными сторонами. Это был один из критериев отбора. Во время тренинга по корпоративному волонтерству сотрудникам «Трубодетали» показывали примеры проектов по работе с детьми-сиротами. И акцент был на передаче волонтерами навыков, сотрудничества. Кроме того, Челябинский ресурсный центр для НКО в партнерстве с «Трубодеталью» проводил тренинг по межсекторному взаимодействию и написанию грантовых заявок.



- благотворительность со стороны организаций и физических лиц;
- поддержка со стороны государства и бизнеса социально значимых проектов, которые реализуют некоммерческие организации;
- государственная поддержка совместных проектов, общественных инициатив в различных формах взаимодействия (в т.ч. информационная, финансовая, имущественная) в целях достижения конкретных социальных задач;
- работа некоммерческих организаций гражданского общества по выявлению проблем, стоящих перед обществом;
- проведение различных консультаций с экспертами из смежных секторов.

Исходя из ресурсной базы бизнеса, формы реализации СП могут быть в виде:

- прямой материальной помощи со стороны бизнеса НКО, которые в свою очередь поддерживают каких-то конечных получателей из социально незащищенных слоев;
- предоставления собственной инфраструктуры (бизнес и НКО) для государственных проектов (в качестве инфраструктуры понимается техническое обеспечение проекта профильными товарами и услугами);
- проведения совместных проектов / благотворительных акций;
- предоставления интеллектуальной, технической и других видов помощи, которую необходимо задействовать в проектах при доброй воле участников.

Эксперты также отмечали, что ключевой формой качественного социального партнерства является поддержка, например, бизнесом не конкретных организаций, а направлений работы, и здесь бизнес определяет для себя готовность участвовать не только финансово, но и ресурсно. В этом случае речь идет не столько о разовом проекте, сколько о сотрудничестве каких-то из двух секторов общества: государственно-частное, государственно-общественное партнерство, или когда бизнес сотрудничает с некоммерческим сектором.

Исходя из времени выполнения проектов и их планирования, формы реализации СП, могут быть как краткосрочные разовые проекты, так и долгосрочные программы.

Юридическое оформление инициатив может оформляться в виде соглашений, например:

- устное соглашение, основанное на партнерских договоренностях;
- письменное соглашение, письмо-просьба, когда одна сторона, допустим, НКО, нуждается в какой-либо поддержке, пишет письмо-просьбу и получает на нее положительный ответ;
- договоры, например, соглашения о трехстороннем сотрудничестве.

Основные организационные формы при реализации СП – это встречи и обмен мнениями, вовлечение в обсуждение и выявление наиболее проблемных направлений, в которых существует недопонимание между заинтересованными группами, и, начиная с переговоров, составление плана реализации взаимодействия, затем реальные действия, наконец, подведение итогов и оценка проекта.

Было также высказано мнение, что вопрос о сотрудничестве с бизнесом стоит не так остро потому, что этот сектор, проявляя гибкость, готов искать новые формы взаимодействия. Более того, с бизнесом най-

ти форму сотрудничества намного проще, чем, например, с государством в связи с тем, что механизмы взаимодействия не регламентированы и ограничений намного меньше.

Роль каждого из секторов в социальном партнерстве

Большинство респондентов, развивая тему, отметили, что, в идеале, необходимо стремиться к равнозначности участия всех трех секторов в реализации проектов СП. Один из участников опроса из Пскова емко охарактеризовал роль каждого из секторов следующим образом:

” *«Люди, работающие в сфере НКО, – «рабочие пчелы», которые могут что-то сделать, это именно рабочая сила, как бы грубо это ни звучало. Бизнес – это люди, которые могут обеспечить эту силу ресурсами, неважно, это бюджетные ресурсы или какие-либо другие (транспорт, помещения), без них ничего не получится. А власть – это та структура, без которой действовать лучше не стоит». А руководитель НКО из Самары был более категоричен: «Равноправие – это правильно, но роль каждого сектора в том, что он должен приносить во взаимоотношения свою профессиональную нотку. Если это представители бизнеса, то они должны приносить тему, как эффективно выделить ресурсы. От органов власти нужна помощь в виде изменения законодательства по налогам, льготам и пр. От НКО – предложения практик, инструментов и более философского видения того, что происходит. Если в СП наступает не взаимно равноправные вещи, то тогда партнерство превращается в давление одного сектора над другим».*

Было высказано мнение, что не стоит говорить о некоей роли какого-то из секторов отдельно, потому что определенный набор ролей (инициатор, организатор, вдохновитель, предоставляющий человеческие и финансовые ресурсы) есть у каждого. В этих ролях могут выступать как власть, бизнес, так и третий сектор. То есть говорить про определенную роль в социальном партнерстве – однобоко, потому что каждый сектор имеет разные ресурсы и может выступать в разных ролях и функциях в зависимости от конфигурации и от решаемой проблемы. Примерно так же думал представитель бизнес-ассоциации из Пскова:

” *«Роль у всех одинаковая – найти пути взаимодействия и взаимопонимания в той или иной степени воплощения. Потому что конечная цель – это наилучший учет интересов всех групп и слоев населения, значит учет интересов общества и всего Российского государства».*

Многие респонденты надежду по развитию СП возлагают на властные структуры. Были мнения, что именно государство должно брать на себя ведущую роль,

стремясь не только обеспечить определенные потребности общества, но и создавать предпосылки для того, чтобы другие секторы, в первую очередь бизнес, занимался этим. То есть государство, как регулятор, должно организовать процесс и разумно регламентировать его, сняв проблемы и, в конце концов, сформировать среду социального партнерства.

» *«Роль государства в нашей стране традиционно будет определяющей, государство должно брать на себя роль рулевого, в силу нашего законодательства. Какие это функции можно понять, изучив в каком сегменте у нас работают НКО: доступность среды, взаимодействие общества с людьми с ограниченными возможностями, вопросы в рамках миграционных процессов. Было бы гораздо целесообразнее, если бы государство часть своих прямых функций, отдавало некоммерческому сектору».*
(Руководитель бюджетного учреждения одного из регионов).

Другие эксперты в меньшей степени рассматривают власть в качестве основного инициатора процесса и считают, что именно НКО имеют реальный потенциал по развитию СП в регионе и в стране в целом. С точки зрения представителей НКО привычные форматы, в которых власть работает с обществом, – это форматы социальной защиты. Однако данная форма является «пассивной», а текущие процессы в обществе требуют перехода к более активным действиям в данной сфере. Важно не просто раздавать средства незащищенным слоям населения, а развивать и использовать те активные слои общества, которые хотят сами работать над решением общих проблем. И основная задача государственной и местной власти – через выделение фи-

нансовых ресурсов трансформировать цели и ценности общества для развития его социальной активности.

Относительно госсектора в ряде регионов (кроме Москвы, Самарской области и Пермского края) и от представителей бизнес-сообщества, и от НКО были высказаны претензии к чиновникам, отвечающим за реализацию проектов в рамках социального партнерства. Некоторые эксперты считают, что при эффективной работе государства и социальных служб не было бы такого большого запроса на социальное партнерство.

В целом участие бизнеса, его роль в становлении СП и отдельных проектов в данной сфере в Пскове, Пермском крае, обеих столицах обсуждалась более активно, чем в Самарской и Нижегородской областях, где бизнесу отводилась участь финансиста, поставщика людских ресурсов и опыта сотрудников для решения каких-то проблем, задач, вопросов в общественной сфере. По мнению этих экспертов, главная роль бизнеса в жизни общества – исполнение различных налоговых обязательств перед государством и социумом.

Эксперты отмечали также, что в ситуации экономического кризиса, внешнего давления, обусловленного геополитическими проблемами, для некоммерческого сектора необходима поддержка от органов государственной власти в виде обратной связи и конкретных рекомендаций, в том числе в отношении механизмов взаимодействия власти с бизнесом и обществом. В условиях экономического кризиса целесообразно давать гранты и целевое субсидирование некоммерческим организациям, которые более эффективно будут решать социальные проблемы. В целом большинство участников исследования считают, что некоммерческий сектор – это сторона, способная оценивать действия органов власти и бизнеса. Именно третий сектор, являясь потребителем продукции бизнеса и работы органов власти, в конечном итоге, ощущает на себе результаты их

«Открытые ладошки»

AbbVie и фонд помощи детям с нарушениями иммунитета «Подсолнух»

Социальная программа «Открытые ладошки» в поддержку детей с ревматическими заболеваниями, реализуемая фондом помощи детям с нарушениями иммунитета «Подсолнух» в партнерстве с научно-исследовательской биофармацевтической компанией AbbVie, стартовала в 2014 г. в Москве, Челябинске и Владивостоке. За время работы в мероприятиях программы приняли участие более 500 детей. В 2015 г. программа осуществляется в Москве, Челябинске, Ростове-на-Дону и будет запущена еще в ряде регионов России.

Цель программы – социализация детей с ревматическими заболеваниями, привлечение внимания общества к необходимости решения важных задач детской ревматологии в России для внедрения практики ранней диагностики, раннего начала лечения, создания комплексных программ реабилитации и социализации подрастающего поколения с тяжелыми ревматическими заболеваниями, а также развития общественного диалога о проблемах, с

которыми сталкиваются дети с ревматическими заболеваниями. Программа способствует усовершенствованию стандартов оказания медицинской помощи пациентам с тяжелыми инвалидизирующими иммуноопосредованными заболеваниями.

«Открытые ладошки» включают комплекс мероприятий по следующим направлениям: мастер-классы «Творчество как лекарство», которые позволяют маленьким пациентам тренировать мелкую моторику. Предусмотрены психологическое консультирование и помощь на базе больницы, а также образовательные и физические виды активности. В каждом из регионов в рамках программы проводятся мероприятия по одному или нескольким наиболее востребованным направлениям.

Благодаря профессионализму и ответственному подходу организаторов, слаженной работе и большому опыту компании и фонда в проведении и поддержке различных акций трудностей при реализации проекта не возникло.



деятельности. Все это влияет на социальную сферу, ее развитие, удовлетворенность существующими отношениями между обществом и властью.

В Пскове, Москве и Санкт-Петербурге неоднократно также поднимался вопрос зарубежного финансирования проектов НКО. Эксперты не видят негатива от взаимодействия с зарубежными партнерами и считают, что это должна быть повседневная практика, и мы не должны закрываться от мира. В Самаре, Пермском крае, Нижнем Новгороде этот вопрос экспертами не поднимался.

Эксперты неоднократно в ходе бесед отмечали также высокую зависимость социального партнерства от человеческого фактора.

Критерии и требования, предъявляемые к организациям-партнерам в рамках программ СП, принципы работы в данной сфере

В настоящее время однозначных критериев и требований к партнерам в рамках СП еще не выработано, система находится в стадии становления. Государство только начинает апробацию работы в данной области, отлаживает грантовые схемы, но потому не может отойти от системы планово-отчетной документации. С точки зрения экспертов, необходима дальнейшая адаптация и развитие законодательства, которые бы четко опре-

делили систему взаимодействия и те сферы, которые государство отдает на откуп неправительственному сектору, понимая полученный итоговый эффект.

Несколько экспертов в ответ на поставленный вопрос, процитировали, с их точки зрения пять основных принципов партнерства в социальной сфере, на основании которых можно выстраивать критерии и требования к организациям-партнерам:

1. Взаимное признание интересов сторон как важных, правомерных.
2. Паритетность на всех стадиях партнерских отношений, в том числе при принятии решений.
3. Социальная справедливость при регулировании интересов и действий, особенно в сфере труда и распределения доходов.
4. Нахождение компромиссов при решении спорных, конфликтных вопросов, которые преследуют главную цель партнерства – достижение социального согласия.
5. Взаимная ответственность сторон за исполнение, а также неисполнение принятых на себя согласованных решений.

Расширяя данные принципы, к общим критериям, предъявляемым к организациям-партнерам в рамках программ СП, эксперты отнесли прозрачность, честность, открытость, стремление к равноправной работе в легальном поле в целях совместного решения насущных проблем в социальной сфере. Также наиболее часто упоминались:

- активная гражданская позиция и понимание значимости данного проекта и вообще социального партнерства в целом;
- ответственность и высокий профессиональный уровень участников проекта;
- стремление к эффективности и отслеживание результативности проектов СП;
- уважение и доверие к партнерам, учет интересов сторон-партнеров;

Таблица 1

Группа	Наименование критериев и требований
Моральные	Порядочность и моральная устойчивость Альтруизм или готовность идти на разумный компромисс Умение подавить корпоративный эгоизм Запрет на решение собственных/личных проблем за счет СП Адекватность
Компетентностные	Компетентность Последовательность Ответственность и пунктуальность в отношении исполнения взятых обязательств Соответствие требованиям, определенных законодательством
Технологические	Наличие механизмов контроля за, расходом средств Прозрачность Разумное отношение к сохранению окружающей среды (экологичность) Способность реализовывать эффективные проекты
Коммуникационные	Доверие Умение находить компромиссные решения и желание их искать Взаимный интерес
Имиджевые	Хорошая репутация Наличие рекомендаций Безусловное неприятие коррупционных схем Устойчивость на рынке Наличие портфолио проектов

- стремление к равному распределению ответственности между организациями.
- В меньшей степени от организаций-партнеров требуют:
- наличие опыта работы в СП, узнаваемость;
- умение договариваться с партнерами, слышать друг друга и доверять друг другу;
- умение использовать новые, в том числе и социальные технологии;
- фандрайзинговые навыки и умения.

По результатам опроса выявлено пять условных групп критериев и требований, носящих общий характер и относящихся ко всем участникам социального партнерства (таблица 1).

Требования к бизнесу как к партнерам, как правило, не предъявляются ни по форме работы, ни по принадлежности бизнеса к той или другой сфере. Исключением является теневой бизнес, с которым предпочитают не иметь дел в рамках СП, причисляя его к криминальному. Ряд участников опроса также сказали, что бизнес, продукция которого приносит вред здоровью, также нежелателен в качестве партнера (например, табачный или алкогольный).

У представителей неправительственных структур (бизнеса в том числе), существует понимание рисков от участия в политических проектах для стабильности ситуации на местном и региональном уровнях. В связи с этим они предпочитают не сотрудничать с политическими организациями. У ряда некоммерческих структур («Красный крест», например) данная позиция носит принципиальный характер. Элемент тревожности, наблюдается по поводу сотрудничества в рамках СП, которое потом может подвести организацию под статус «иностранный агент». В качестве одного из критериев отбора партнеров также указывалось наличие/отсутствие организации в различных списках недобросовестных партнеров.

Выгоды от социального партнерства для бизнеса, НКО, власти и местного сообщества

По мнению экспертов, СП является, очевидно, выгодным не только для участников партнерства, но и для общества в целом. При объединении усилий организаций, секторов минимизируются расходы, а проект усиливается за счет синергии ресурсов. Это позволяет исключить дублирование процессов, приобрести более широкий взгляд на окружающую действительность.

Для бизнеса СП это – (1) возможность получения финансирования; (2) возможность снизить налоговое бремя; (3) коммерческая выгода через повышение узнаваемости и лояльности, увеличение продаж; (4) развитие корпоративной культуры, в т.ч. через привлечение сотрудников к системной благотворительности, создание атмосферы творчества, социальной активности; (5) моральная поддержка со стороны государства и общества.

В случае взаимодействия с профессионально работающей командой НКО бизнес получает полноценного, равноправного партнера. В результате, это – каче-

ственное денег, продвижение бренда и узнаваемости компании, правильное ее позиционирование среди целевой аудитории.

Деятельность компании на благо местных сообществ способствует ее привлекательности как работодателя, улучшению связей с местным обществом и органами власти. Дополнительное упоминание бизнес-структуры как участника СП в средствах массовой информации, т.е. присутствие в информационном поле, также работает на развитие бизнеса. Немаловажно объединение сотрудников в единую команду, сплоченную общественно полезным делом. Проекты, выполненные работниками компании в местах проживания, демонстрируют не только их социальную активность и ответственность, но и членов их семей. Люди видят, что можно что-то делать не по принуждению, а добровольно.

Для органов государственной власти и местного самоуправления СП это:

- оптимизация ресурсов, а также возможность за счет эффективного использования ресурсов, которыми владеет некоммерческий сектор и бизнес, осуществлять адресную поддержку целевой аудитории или проекта без создания или использования каких-либо государственных учреждений;
- снятие проблем в коммуникациях, повышение доверия и легитимности к власти со стороны населения;
- выявление потребностей в решении социальных проблем, которые есть на территории, и снижение социальной напряженности;
- оптимизация функционала госорганов, возможность передать несвойственные им функции третьему сектору;
- при взаимодействии с бизнесом замещение ресурсов, проектное софинансирование, экономия ресурсов;
- при сотрудничестве с НКО решение социальной проблемы или ее значительное облегчение.

Эксперты также считают, что власть решает за счет объединения ресурсов бизнеса и НКО социальные задачи, которые перед ней стоят всегда. Кроме этого, через СП может быть налажена эффективная обратная связь, которая является элементом демократизации отношений власти и общества.



«Для органов власти, участие в СП – что называется «держать руку на пульсе», органы власти понимают, что те вопросы, которые задаются, это актуально, серьезно, важно для людей, которые предлагают их обсудить», - отмечает депутат городского собрания Самары.

Городу, местным властям также достаточно очевидно, что это – развитие местного сообщества, развитие коммуникаций, развитие возникающего межсекторного диалога, а это значит, формирование в городе благоприятной среды. С точки зрения экономии государственных ресурсов, это – уменьшение издержек, целевое распределение средств, плюс повышение уровня доверия и авторитета власти, улучшение взаимопонимания.

Участниками исследования было отмечено, что в некоммерческом секторе собираются люди, которые хотя чего-то добиться, у которых присутствует социальная инициатива, и они верят, что могут что-то изменить.

Для НКО участие в СП это – (1) возможность достижения заявленных в уставе этой организации целей, реализации собственной практики, укрепления организации, продолжения ее деятельности; (2) признание на государственном уровне их работы, важности этого направления; (3) социальная мобилизация разных возрастных групп, наличие которых влияет и на дальнейшую поддержку проектов со стороны бизнеса и власти, (4) выход на нужный уровень, расширение круга общения и знакомств.

Также НКО получает выгоду в виде эффективной работы на благо своей целевой группы. Эту работу можно оценить, измерить, что будет свидетельствовать о том, что НКО развивается, наращивает свою силу.

Некоммерческая организация в партнерстве получает также дополнительные ресурсы для реализации своих общественно значимых инициатив. Выгода для НКО – помощь от бизнеса в виде предоставления финансовых ресурсов на проекты, формирование

новой кредитной истории, портфолио проекта, которые помогут в дальнейшем найти других бизнес-партнеров. Также полезно знакомство и сотрудничество с органами государственной власти, местного самоуправления, развитие персонала организации.

Местное сообщество, вовлекаясь в проект, также является одним из участников социального партнерства, получает в качестве выгоды решение проблем, улучшение качества жизни и т.п. Кроме этого, данная деятельность способствует преодолению разобщенности в местном сообществе, повышению доверия к бизнес-структурам, органам государственной власти, НКО-сектору. На уровне местного сообщества всегда существуют какие-то ниши, проблемы, которые годами не решаются, до которых не доходят руки ни у местного сообщества, ни у органов власти, ни у бизнеса. Это дополнительный огромный ресурс не только в решении насущных проблем, но и возможность предупреждения новых.

Мама-предприниматель

AMWAY, «ОПОРА РОССИИ», вузы и другие

«Мама-предприниматель» – социальный проект по развитию предпринимательства среди женщин, прежде всего среди работающих молодых мам.

В 2014 г. проект прошел в пяти городах России: Москве, Краснодаре, Екатеринбурге, Самаре и Новосибирске. В этом году – в Санкт-Петербурге и Ростове-на-Дону.

Проект основан на идее, что самозанятость, собственный бизнес – это альтернатива наемному труду. Выбирая бизнес, женщины не начинают работать меньше, но получают больше свободы во времени, пространстве и самовыражении, гибкий график и возможность больше времени уделять семье. В проекте принимают участие женщины, находящиеся в отпуске по уходу за ребенком, воспитывающие одного или нескольких детей, и ищущие возможность сочетать профессиональную самореализацию с заботой о близких.

В 2013-2014 гг. в рамках проекта бесплатное обучение по программе «Основы индивидуального предпринимательства для женщин» прошли около 450 женщин из 5 городов.

Из числа подавших заявки на обучение выбираются те, кто наиболее убедительно обосновал наме-

рение попробовать себя в бизнесе после прохождения курса. Результатом обучения для каждой участницы становится бизнес-план.

Победительницы конкурса бизнес-планов, подготовленных слушательницами курса в качестве выпускных работ, получают грант в сумме 200 000 рублей на реализацию своей бизнес-идеи.

Проект «Мама-предприниматель» (www.mama-predprinimatel.ru) реализует Amway в партнерстве с различными организациями и при поддержке соответствующих ведомств. С начала партнерами были вузы, которые проводили обучение по программе. Идеологическими партнерами компании Amway в нескольких городах стали торгово-промышленные палаты. Они предоставили консультации по практическим бизнес-вопросам слушательницам и выпускницам курса, информационную поддержку их на этапе стартапа.

Государственные ведомства с осторожностью реагировали на формулировку «в партнерстве с» или «совместно с» и, как правило, предлагали статус «при поддержке» (Центра по развитию предпринимательства или регионального Министерства экономики).

Сотрудники ведомств рассказывали слушательницам о формах государственной поддержки малого бизнеса в регионе.

Сейчас основным партнером проекта во всех городах стала общественная организация «ОПОРА РОССИИ» через свою структуру – Комитет по развитию женского предпринимательства. Кроме этого, партнерами являются SelfMama Forum и StartupWomen.ru. Информационный партнер проекта – портал Woman.ru. Портал рассказывает о проекте, когда ему это интересно, без какого-либо контракта. Представители большинства партнеров входят в жюри конкурса грантов в каждом из регионов проекта.

Вызовы. Сложно было убедить контрагентов, что этим проектом Amway не преследует коммерческих интересов и что, поддерживая проект, они продвигают разнообразные бизнес-начинания женщин в своем регионе. Это удалось преодолеть путем долгих бесед и показа реальных результатов. Первый год – сложный, пилотный, дальше у проекта появляется своя репутация, и если она хороша, с проектом будут сотрудничать. Что мы сейчас и видим.



Обобщая данный раздел, можно сказать, что у каждого из секторов есть свои преимущества от СП, которые могут быть интересны другому сектору. У НКО есть идеи, социальные технологии, опыт работы, связь с населением, то, что может представлять определенный интерес для власти и бизнеса. Соответственно, бизнесу, как и власти, выгодно работать с такими профессиональными некоммерческими организациями.

Практика показывает, что взаимодействие с общественными организациями обеспечивает власти множество ресурсов, прежде всего, добровольческих, информационных, дает новые идеи, технологии и практику работы с людьми. От власти, как всегда, и бизнес, и НКО ждут административной и информационной поддержки. Такое партнерство, действительно, позволяет объединить самые разные ресурсы и решить актуальные вопросы.

«Большое путешествие “Сила мечты”»

Bayer, D-Group.Social, «Душевный Bazar» и «Упсала-Цирк»

В 2013 году организаторы самой масштабной в России благотворительной ярмарки «Душевный Bazar», D-Group.Social совместно с концерном Bayer инициировали проект «Большое путешествие “Сила мечты”». Это всероссийская программа, направленная на вовлечение в социально ориентированные проекты всех неравнодушных горожан, поддержку и развитие региональных благотворительных организаций, их подопечных и представителей. В рамках путешествия в каждом городе проходит яркий семейный праздник, состоящий из благотворительной ярмарки, спектакля «Упсала-Цирка» (некоммерческая организация из Санкт-Петербурга, которая с помощью цирковой педагогики занимается адаптацией подростков группы риска) и развлекательно-познавательной программы от Bayer.

Цель каждого события – познакомить жителей регионов с деятельностью местных некоммерческих организаций, с помощью образовательных мероприятий повысить ее эффективность, собрать средства на реализацию социально ориентированных проектов и изменить представление местных жителей о благотворительности. С другой стороны, проект направлен на продвижение бренда и продукции Bayer. Таким образом, проект можно признать передовой социальной практикой, направленной на интегрированное решение задач компании в области маркетинга и корпоративной социальной ответственности.

За время своего существования «Сила Мечты» охватила 15 городов – от Санкт-Петербурга до Владивостока. В каждом из этих городов была организована образовательная программа для педагогов и представителей сектора НКО, а также состоялись большие семейные праздники. В общей сложности мероприятия посетили 15 660 человек.

«Сила мечты» – это не только социальная программа. Это и новый

маркетинговый инструмент, представляющий инновационный подход к взаимодействию с целевой аудиторией. Организаторы программы стремятся способствовать интеллектуальному, физическому и творческому развитию детей. В рамках больших семейных праздников гости могут узнать больше о продуктах Bayer Consumer Care, направленных на улучшение качества жизни людей, и принять участие в различных мероприятиях.

Программа семейных праздников традиционно насыщена: выступления единственного в мире цирка для хулиганов «Упсала-Цирк», творческие мастер-классы, беспроигрышная викторина и фотозоны от бренда «Бепантен», удивительный интерактивный музей и познавательное научное шоу от Bayer, и, конечно, благотворительная ярмарка «Душевный Bazar», в рамках которой местные некоммерческие организации знакомят посетителей со своей деятельностью и предлагают сувениры для покупки. Всего по итогам благотворительных ярмарок в регионах приняли участие 87 НКО, усилиями которых было собрано 513 600 рублей. Вы-

рученные средства направляются на реализацию социальных проектов НКО.

Организаторы убеждены, что такие нестандартные маркетинговые проекты способствуют формированию позитивного имиджа компании, укреплению взаимодействия между бизнесом и некоммерческим сектором, а также развитию позитивной и осознанной благотворительности.

Трудности. В рамках подготовки и реализации проекта «Большое путешествие «Сила мечты» самым сложным оказалось оперативно найти сторонников и партнеров в регионах. Пользуясь открытыми источниками и даже личными контактами, на каждом этапе проекта организаторам приходится снова и снова изобретать велосипед, чтобы привлечь внимание к проекту, вовлечь как можно больше заинтересованных сторон из среды некоммерческого сектора, госорганов, СМИ и широкого круга граждан. Каждый регион России самобытен, и люди везде разные, поэтому каждый этап проекта сопряжен со своей спецификой, своими трудностями и приятными сюрпризами.



Что мешает развитию СП в организации/регионе/России?

Как было указано выше, ответственность за развитие СП эксперты в разной мере возлагают на каждый из секторов.

Отмечалось, что при условии не противоречия проектов СП определенным базовым ценностям, соответствия целям, задачам и приоритетным направлениям деятельности организации, мало что может помешать их реализации. Однако усложнить процесс могут многие объективные и субъективные факторы.

Необходимо отметить, что в отношении проектов СП у его участников со стороны бизнеса и НКО существует самоцензура. Нежелательными являются проекты, которые могут привести к какому-то напряжению в социуме. Они не попадают в так называемые «черные списки», формируемые органами государственной власти и местного самоуправления, но неформальным образом отбраковываются самим сообществом. Все участники проектов СП не только пекутся о своем имидже, но и понимают риски такого рода проектов для места своего проживания, его будущего и взаимоотношений между людьми.

Относительно «черных списков» было высказано мнение, что таковых не должно существовать, потому что они мешают конструктивному взаимодействию между партнерами. В современном обществе этого быть не должно, за исключением вопросов обороны и государственной безопасности, остальные темы должны быть максимально открытыми. Прозрачность трехстороннего взаимодействия в СП поможет избежать субъективности и сиюминутной политической конъюнктуры. Социальное партнерство в ситуации значительного социального неравенства в современной России является архиважной темой для сохранения социально-экономической и общественной безопасности. Соответственно, и люди, и организации нуждаются в том, чтобы иметь полную информацию, и чтобы механизм контроля был абсолютно прозрачен.

Влияние кризисов отмечалось не только как препятствие развитию СП, но и как новые возможности, в том числе, в поиске оптимальных механизмов финансирования, межсекторного взаимодействия, мотивирования на совместную проектную деятельность.

Так или иначе, но именно неправительственный сектор в виде НКО признан всеми участниками СП самой активной составляющей его развития. Именно НКО, являясь застрельщиками процесса, могут и должны повышать свой профессионализм, тем самым минимизировать организационные, финансовые и другие риски.

Именно НКО должны способствовать открытости и прозрачности, внедрению механизмов контроля и оценки участия в СП, что поможет постепенно избавляться от стереотипа по отношению к некоммерческим структурам как к неэффективным, работающим на любительском уровне или как «отмывочным» конторам. Изменение стереотипов обеспечит повышение доверия со стороны партнеров и населения.

Однако отсутствие институциональной поддержки НКО, особенно возможности, включать административные расходы на поддержку и развитие организа-

ции в бюджет проектов социального партнерства, не позволяет наращивать профессионализм и достигать позитивных изменений в экономическом положении организаций. Без институциональной поддержки неправительственной организации осуществлять долговременные социальные программы и проекты в рамках СП на профессиональном уровне очень сложно, необходимы системные и пролонгированные решения данного вопроса.

Необходимо отметить, что порой НКО сами повышают риски для развития полноценного СП, стремясь выступать в качестве исполнителей услуг для бизнес-структур. По мнению экспертов, это – тревожный симптом, свидетельствующий о том, что компании не воспринимают НКО как экспертов в той или иной области и не осуществляют партнерские проекты с ними. НКО действуют тактически, стараясь получить клиента и деньги, стратегические коммуникации не выстраиваются. В результате такой практики, разовые мероприятия не дают институционально развиваться ни самим неправительственным организациями, ни третьему сектору в целом, тем более, что бизнесу по его природе более интересны проекты, дающие быстрый результат, поэтому промедление в обеспечении институциональной поддержки НКО приводит к рискам.

Также участники исследования отмечали наметившуюся тенденцию охлаждения интереса представителей бизнеса к социальному партнерству вне рамок корпоративной социальной ответственности по сравнению с 80-ми и 90-ми годами прошлого века. Тогда бизнес активнее проявлял свою социальную ответственность чаще шел на партнерство со структурами гражданского общества по сравнению с современными предпринимателями. В заслугу бизнес-структур того времени ставится и вклад в предотвращение гражданской войны за счет смягчения сложных условий периода трансформации государственного строя в постсоветской России.

По мнению экспертов, развитию социального партнерства на всех уровнях (уровне компании, региональном и национальном) мешают: (1) недоверие людей, стереотипы мышления и неотлаженный диалог, а порой и отсутствие общего языка между секторами, (2) превалирование «детской» тематики и тематики обездоленных слоев населения над темой развития социальной активности, (3) стремление органов государственной власти и местного самоуправления «заточить» общественные организации исключительно на решение социальных проблем, зачастую в противовес актуальным гражданским инициативам, (4) отсутствие системы институциональной поддержки НКО, в том числе доступных программ обучения фандрайзингу и менеджменту сотрудников НКО, механизмов поощрения бизнеса, (5) недостаточные усилия по развитию тематики СП, малое количество или отсутствие исследований, и как следствие, недостаток понимания властью его проблем.

Эксперты из НКО остро чувствуют проблемы своего сектора на местном уровне. Здесь и признание недостатка в знаниях, уровне менеджмента, и порой отсутствие или неумение артикулировать миссию организации и вследствие этого – непонимание того, чем она может быть полезна партнерам.

На региональном уровне может проявляться инертность сторон партнерства по отношению к существующим проблемам, наблюдается низкий уровень общественной солидарности. В связи с тем, что

общественное мнение по вопросу СП не сформировано, бизнес зачастую, особенно в период кризисов, не понимает и не видит смысла в партнерстве с НКО. Государство также не рассматривает НКО как равноправных партнеров, с которыми можно сотрудничать, поручать ответственные задачи, решать их совместно.

Эксперты отметили, что на национальном уровне в межсекторном взаимодействии эффективность действий представителей органов государственной власти в силу излишней забюрократизированности и недостаточной ориентированности на партнеров пока не слишком высока. Недостаточно ориентации на поиск гибких форм сотрудничества, нередко в ходу жесткие рамки. Работа в социальных проектах для чиновника нетипична, отсюда попытки административного и командного давления. На национальном уровне эксперты отметили низкую мотивированность властных структур в системном развитии социального пар-

тнерства. Это зачастую связано с неинформированностью чиновников разных уровней о возможностях и преимуществах СП, о перспективах развития этой достаточно инновационной модели межсекторного взаимодействия. Кроме этого, исключение бизнеса из списка партнеров и работа государства только с НКО в проектах СП воспринимается как системная ошибка. С другой стороны, на региональном и на национальном уровнях отсутствуют механизмы объективной оценки результатов профессиональной деятельности НКО, что также не способствует развитию третьего сектора и тематики СП в целом.

В то же время ряд организаций уже сегодня ничто не мешает развивать социальное партнерство, они прописывают данную деятельность в рамках КСО, имеют на это достаточное количество ресурсов: финансовых и кадровых, понимают, как организовать сопровождение проекта и участие в нем всех секторов.

«360 минут ради Байкала»

En+ Group совместно с экологическими и другими общественными организациями, представителями муниципальных органов власти территорий

Мусор становится угрозой для Байкальской природной территории. Помимо огромной свалки, которая, возможно, скрывает в своих недрах мусорные баки, отходы хаотично разбросаны по всей береговой линии. Власти не могут справиться с таким объемом мусора: грузовиков не хватает, добровольцев тоже. Эта ситуация и послужила причиной проведения акции «360 минут ради Байкала», организатором которой является En+ Group.

Целью акции является очистка берегов Байкала от мусора. Задачи были выбраны следующие: привлечь внимание общественности к проблеме несанкционированных свалок и бытового мусора, который оставляют туристы; привить экологическую культуру широкой общественности; собрать и вывезти мусор с берегов Байкала со стороны Иркутской области и республики Бурятия, а так же на острове Ольхон.

Акция является ежегодной и проводится с 2011 года. С каждым годом расширяется ее география и увеличивается количество участников. Так в 2011 году участвовало 100 добровольцев, ликвидирована одна несанкционированная свалка, уборка проходила в одной точке. В 2012 году участвовало 420 добровольцев, было собрано 1500 мешков мусора – 18 полных мусоровозов, ликвидировано 14 мусорных язв. В 2013 году участвовало 1000 добровольцев, было собрано 2100 мешков мусора, ликвидировано 16 мусорных язв, уборка одновременно проходила в 20 разных частях озера. А в 2014 году уже более 2000 участников собрали 7700 мешков мусора в 30 местах, включая дно прибрежной зоны в районе по-

селка Хужир на острове Ольхон. В 2015 году запущен экомарафон в честь пятилетнего юбилея акции. В течение лета состоялось 5 акций по уборке мусора на Байкале, которые завершились крупнейшей акцией в начале сентября.

Кроме того, ежегодно проводится мониторинг берегов Байкала для выявления наиболее замусоренных участков, чтобы привезти добровольцев именно туда.

En+ Group полностью берет на себя расходы по доставке участников из Иркутска, предоставлению сухого пайка в дорогу и горячего обеда на местах проведения акции, инвентаря и промопродукции (футболки, кепки, рюкзаки, ветровки), а также вывоз собранного мусора на санкционированные полигоны.

Трудности. Основными трудностями в реализации акции являются определение наиболее замусоренных мест на побережье Байкала и логистика при проведении акции из-за большой протяженности береговой линии озера и труднодоступности большинства ее участков.

С определением наиболее замусоренных мест помогают экологические и общественные организации, деятельность которых связана с Байкалом и прилегающими территориями, а также представители муниципальных органов власти данных территорий. С их помощью ежегодно к концу лета составляется карта замусоренности береговой линии озера. Трудности с построением логистики минимизируются тщательной подготовкой с весны каждого года и своевременным составлением списков участников с поддержанием контакта с ними до момента самой акции.





«Любая социально значимая тема имеет место быть и имеет место быть поддержанной. Главное – найти подход и к власти (правильно обрисовать ситуацию), и к бизнесу также. Наверное, проблемы, с которыми сталкиваются НКО – то, что они не получают поддержку какую-то – это неправильное объяснение, потому что договориться, в принципе, можно со всеми. Главное – четко знать, чего организация хочет достичь, и четко говорить людям, чего мы от них хотим. И не просить сверх того, что может дать бизнес», – считает представитель НКО с большим стажем проектной деятельности из Пскова.

При этом отмечалось также, что необходимо различать простое сотрудничество по проекту и реальное партнерство, оформленное юридически. Важно, чтобы деятельность в сфере СП была прописана договором, закрепляющим за каждым из участников функции и обязанности сторон. Подмены этих понятий быть не должно, иначе размывается сама идея равноправности участников СП.

Нужно ли что-то развивать на законодательном уровне в сфере СП?

Ситуация с нормативно-правовой базой была рассмотрена в исследовании с точки зрения того, что уже есть на сегодняшний день, что нужно доработать, и нужно ли это делать в принципе. В целом эксперты считают, не смотря на то, что законодательная сфера не касается напрямую законов нравственности и морали, именно каноны нравственного характера лежат в основе социального партнерства. Любая деятельность должна проходить в рамках Конституции России и существующего национального законодательства, при этом вектор его развития должен благоприятствовать социальному партнерству.

Отмечалось, что в настоящее время все, что есть в законодательстве по социальному партнерству, не отражает сложившуюся практику и не учитывает перспектив развивающегося поля деятельности. Большинство определений в современных нормативно-правовых актах и публикациях – это дефиниции, которые сводят социальное партнерство к системе взаимоотношений работодателя и работника образца начала XX века. Социальное партнерство прописано в Трудовом кодексе, но в части гарантий выполнения условий труда, зафиксированных трехсторонними соглашениями, а это к СП в современных реалиях имеет слишком однобокое, узкое толкование. В этом контексте, первым шагом в создании в России системы социального партнерства именно в социальной трудовой сфере стал Указ Президента Российской Федерации «О социальном партнерстве и разрешении трудовых споров и конфликтов». И тогда же, в 1991 году в практику стали вводиться заключение трехсторонних генеральных, отраслевых соглашений по социально-экономическим вопросам. Тогда же были приняты региональные законы о трехсторонних комиссиях по регулированию социально-трудовых отношений, и позже о социальном партнерстве в сфере труда.

Моделей по современному состоянию и взаимоотношению трех секторов – власть, бизнес и негосударственный сектор, – описывающих ситуацию даже на теоретическом уровне, пока мало, а на практическом фактически нет. Но практика развивается, и она требует поддержки на законодательном уровне. То же самое относится и к социальному предпринимательству как серьезному инструменту сотрудничества по решению социальных проблем. В ситуации отсутствия специального законодательства, органы государственной власти выходят из ситуации, принимая ведомственные нормативные акты. Например, Минэкономразвития России издает приказ, в котором все-таки появляется термин, который пока не имеет законодательного закрепления.

Единого мнения о необходимости разработки отдельного законодательства по СП отмечено не было. Единичные высказывания по этому поводу были зафиксированы, но они не носили категоричного характера, а определялись в качестве одного из путей формирования общей законодательной базы. Эксперты считают, что в существующем законе «Об общественных объединениях» созданы условия для развития социального партнерства по принципу «что не запрещено», но современные реалии требуют более ощутимой поддержки социального партнерства на законодательном уровне.

В отношении институциональной и проектной поддержки некоммерческого сектора со стороны государства отмечалось, что финансирование выделяется, но вопросы его эффективного использования пока не на высоте. Проектов социального партнерства все больше, они требуют структурирования, сопровождения, в том числе и нормативно-правового. Как было упомянуто ранее, существующее законодательство было принято в 90-х годах прошлого столетия, когда в России шли первые проекты социального партнерства. В настоящее время накоплен большой опыт реальных проектов, который ждет осмысления и разработки правил игры в данной сфере.

Эксперты исходят из того, что социальное партнерство – это право людей взаимодействовать между собой для улучшения условий своего существования. Для стимулирования участия всех сторон в социальных проектах помимо «человеческой» целесообразности нужны и некие моральные и материальные стимулы. Чаще всего упоминались поправки по поводу налоговых льгот в некоммерческом секторе и бонусах для бизнеса, участвующего в социальном партнерстве. При этом законодательство в данной сфере должно развиваться в условиях децентрализации государственных полномочий и передаче решения многих социальных проблем на уровень общественных структур. Однако при передаче исполнителю полномочий должно проводиться их нормативное, законодательное закрепление, подтвержденное финансовым обеспечением обязательств.

Эксперты отмечали, что СП – деятельность кросс-секторная, поэтому отдельного закона по нему быть не может, но требуется усовершенствовать с учетом новых явлений уже существующее законодательство. Самым простым вариантом в этом случае является развитие данной сферы через создание законодательства о частно-государственном партнерстве, которое тоже пока находится на стадии формирования, или внесение изменений в другие уже существующие законы, например, в законодательство, регулирующее деятельность НКО, и благотворительность.

В случае с СП речь идет о некоей гражданской позиции партнеров, и она не может в принципе жестко регламентироваться законодательно, так как разработка законодательства в данной сфере может ограничить, поставить излишние рамки, зарегламентировать и выхолостить принцип добровольного участия и социальной активности партнеров. Здесь в большей мере нужно законодательство, мотивирующее и предоставляющее возможность всем участникам СП развивать эту форму деятельности.

«Общественный сектор очень ценен своей быстрой реакцией на происходящие события. Однако если его максимально запротоколировать, это увеличит время данной реакции. Точно так же были попытки ввести конкретный закон о добровольческой деятельности, и многие в секторе были против него именно потому, что это отпугнет многих людей. Одно дело, когда некая компания

хочет сделать, предположим, пожертвование на конкретное мероприятие, у них есть какие-то деньги, которые они готовы потратить на благотворительность, стать партнером, возможно, получить, таким образом, рекламу, а это хорошо, и если они могут это сделать буквально за три дня, это одно. Совсем другое, если им потребуется заполнять множество деклараций, заключать множество договоров и ждать чьего-то одобрения. Думаю, скорее это может оказать некую обратную реакцию. Или, во всяком случае, над этим очень серьезно требуется думать», – считает руководитель молодежной НКО (Самара).

К негативным моментам регулирования СП были отнесены чрезмерная и запутанная отчетность некоммерческих организаций перед налоговыми органами, направленная не на создание благоприятных условий, помощь, а на то, чтобы поймать нарушителя, зачастую

Школа экологического предпринимательства

EN+ Group и фонд «Возрождение земли Сибирской»

Идея проекта родилась в 2011 году. На тот момент в России отсутствовал опыт целенаправленной подготовки молодежи к разработке и внедрению экологически ориентированных предпринимательских проектов. В то же время шел активный процесс создания особых рекреационных зон, которые требуют развития именно экологического предпринимательства. На южном Байкале формировалась особая экономическая зона туристско-рекреационного типа. Для развития этой зоны нужны были новые люди с новыми знаниями и новыми идеями. Школа экологического предпринимательства, по задумке авторов идеи, призвана стать, с одной стороны, кузницей экологических бизнес-идей и бизнес-проектов, а с другой – образовательной площадкой по возвращению молодых кадров для особой экономической зоны туристско-рекреационного типа на южном Байкале.

Проект реализуется с февраля 2012 года фондом «Возрождение земли Сибирской» и компанией En+ Group в Байкальске Иркутской области. За основу ШЭПР взята технология Школы социального предпринимательства (ШСП), разработанная и успешно применяемая в Новосибирске НП «Сибирское методологическое агентство развития территорий – Концепт». Проект ШЭПР нацелен на перспективу развития Байкальска за счет диверсификации его экономики с учетом экологических приоритетов. Это первый подобный опыт в России.

Проведение очных сессий ШЭПР в Байкальске показало, что для моногорода, перед которым стоит задача диверсификации экономики в условиях жестких экологических ограничений, данная технология является весьма перспективной. Она позволяет обнаружить новые ниши для развития малого бизнеса на территории, выявить предпринимательский потенциал города,

внедрять принципы ресурсосбережения и экологизации в молодежную и предпринимательскую среду, привлечь экспертное сообщество к возвращению эко-предпринимателей.

На данный момент состоялось шесть очных сессий школы и идет подготовка седьмой. За это время в школе обучилось более 400 человек с более чем 130 эко-предпринимательскими проектами. Часть этих проектов запущены и работают.

Трудности. Основной сложностью проекта стал стереотип о том, что предпринимательство и экология – две взаимоисключающие сферы деятельности. Для ее решения формировался пул экспертов из различных отраслей: экологов, экономистов, представителей СМИ, опытных предпринимателей. Помимо этого, собирались кейсы успешного экологического предпринимательства в мире и разбирались как с участниками, так и с экспертами школы.



многого. Информация в отчетах дублируется, унификации и обмена между фискальными органами нет, в связи с чем количество отчетов в бумажной форме занимает большое количество рабочего времени, хотя всю информацию можно быстрее получить в электронном виде.

Относительно информационного сопровождения проектов СП, которое может рассматриваться как социальная реклама, важно также законодательно предусмотреть появление механизмов стимулирования продвижения социального партнерства. Это особенно важно в ситуации кризисов, когда коммерческий рекламный рынок терпит не лучшие времена и при существующих нормативных условиях неохотно участвует в проектах СП.

Расширение участия НКО в госзаказах также должно регулироваться. В разработке нуждаются механизмы формирования соответствующих реестров социально-ответственных НКО. Скорее всего, это должны быть ведомственные реестры, которые необходимо формировать в регионах и направлять в федеральный центр.

Однако такой алгоритм имеет опасную коррупционную составляющую и требует особого регулирования на государственном уровне. С другой стороны, важно четко прописать права регионов, чтобы исполнительные органы власти на региональном уровне или уровне местного самоуправления имели право делегировать свою работу НКО.

В то же время эксперты откровенно говорили, что, работая в данной сфере, не задумывались на тему создания отдельного законодательства, что также может косвенно подтвердить гипотезу об отсутствии реального запроса и необходимости по его созданию.

«Мне кажется, что законодательным органам в эту отрасль не стоит сильно лезть. Это должна быть саморегулируемая часть, потому что эти три участника, которые в ней есть, должны друг друга уравнивать», – отмечает представитель иностранной бизнес-структуры (Самара).

Донорский марафон «70 лет Победы»

LG Electronics и «ЮТэйр», «Эльдорадо», волонтерские и молодежные организации

Это четвертый донорский марафон, проведенный LG в поддержку Программы развития массового добровольного донорства крови Министерства здравоохранения РФ и ФМБА России. Важной составляющей марафона является присоединение к донорским инициативам LG партнеров – авиакомпании «ЮТэйр» и «Эльдорадо», а также волонтерских и молодежных организаций.

Марафон стартовал на Поклонной горе в Москве накануне празднования Дня Победы и продолжился в городах-героях и городах воинской славы. Впервые участники использовали три вида транспорта: самолет, автобус и поезд. Автобус с участниками марафона, предоставленный компанией «Эльдорадо», посетил Смоленск и Санкт-Петербург, а далее путь донорских инициатив продолжил самолет авиакомпании «ЮТэйр», доставивший участников марафона из Санкт-Петербурга в Воронеж и в Ростов-на-Дону. Финальным

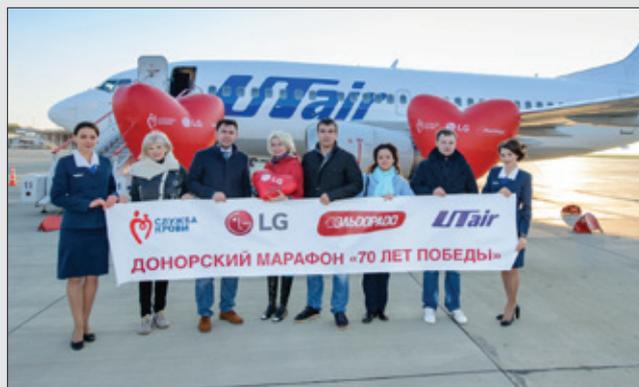
городом стал Волгоград, в который организаторы проекта прибыли поездом.

Во всех 5 городах маршрута, который составил 5 500 км, были проведены Дни донора, участниками которых стали 730 человек – сотрудники компаний, представители Национального совета по корпоративному волонтерству, Всероссийского волонтерского корпуса 70-летия Победы, активы федерального проекта «Беги за мной», региональные комитеты по делам молодежи, а также студенты вузов и жители городов. Лекции для 960 студентов местных вузов на тему важности корпоративного волонтерства прочитали Татьяна Шахнес, PR-директор LG, Оксана Критикова, руководитель подразделения внутренних коммуникаций и соцпроектов «Эльдорадо», и руководитель управления по корпоративным коммуникациям авиакомпании «ЮТэйр», серебряный призер Олимпийских игр,

4-кратный чемпион мира по биатлону Николай Крутлов.

По традиции социальную инициативу поддержали прославленные российские спортсмены: Мария Бутырская, Мария Петрова, Алексей Тихонов, Александр Легков, Дмитрий Саутин, Альберт Демченко, Елена Слесаренко. Марафон добрых дел стал важнейшей составляющей новой платформы бренда LG «Заботясь о каждом».

Трудности. Поскольку марафон «70 лет Победы» является четвертым донорским марафоном в истории LG, к моменту его разработки и реализации была выработана схема взаимодействия со всеми партнерами. К этому времени были созданы базы региональных волонтерских сеток, установлены взаимоотношения со всеми региональными Службами крови, не говоря уже о Минздраве и ФМБА, с которыми LG работает с 2009 года. Это позволило избежать каких-либо трудностей при реализации проекта.



Источники, каналы и роль распространения информации о социальном партнерстве. Как заинтересовать СМИ тематикой СП?

Источники

Необходимо отметить, что практически во всех регионах есть эксперты, имеющие значительный опыт в вопросах социального партнерства и воспринимающие себя в качестве носителей информации. При этом они считают, что собственный практический опыт и коммуникации с коллегами являются ценным источником актуальной информации и по СП, и по другим вопросам, касающимся работы некоммерческого сектора.

При этом далеко не все участники исследования смогли ответить на вопрос, откуда они черпают информацию о вопросах, связанных с социальным партнерством. Среди тех, кто ответил, практически все указали в качестве источника интернет, но лишь единицы из них смогли назвать конкретные СМИ, среди которых чаще упоминались источники информации местного, а не федерального уровня или международные специализированные ресурсы. Среди упомянутых интернет-ресурсов местного уровня были названы такие как сайт ПЛН (Псковская Лента Новостей), портал некоммерческих организаций при администрации Псковской области, сайт Центра устойчивого развития (Псков), сайт ПАИ (Псковское Агентство Информации), «Урал-Интерформ ТВ» и др. Конкретные иностранные или международные интернет-ресурсы названы не были. В организациях, специализирующихся на вопросах СП, имеется общая база мероприятий, интернет-сайтов, журналов, подписок. Основными источниками информации были названы в интернете: «Филантроп», блог Лили Ахмедяновой «Фандрайзинг в стиле фан», «Ведомости» – общая информация о новостях бизнеса, Evolution and Philanthropy. На национальном уровне специалисты из нескольких регионов назвали Агентство социальной

Экоурок «Хранители воды»

МЭОО «ЭКА», Агентство «Велес», Министерство природопользования и экологии РФ, PepsiCo, учительский портал «Педсовет»

Всероссийский образовательный проект «Хранители воды» – это интерактивный экоурок, посвященный защите окружающей среды и бережному отношению к воде.

Что включает в себя экоурок?

- Знакомство с персонажем Капой. Интерактивная презентация о значимости воды и экологических проблемах, связанных с ней.
- Творческое задание. Учащиеся младших классов рисовали плакаты о сбережении воды, ребята постарше сочиняли вредные советы и иллюстрировали их на бумаге.
- Изготовление покетмодов – карманных книжечек-памяток с простыми шагами по сбережению воды дома, в школе и на природе.
- Посвящение в «Хранители воды» и приглашение присоединиться к масштабной общероссийской акции по уборке берегов «Нашим рекам и озерам – чистые берега».

- Много радостных улыбок и искреннего желания помочь природе!

Агентство «Велес» разрабатывает и реализует проект «под ключ». В итоге с марта по май 2015 г. охвачено около 250 000 учеников из более 5500 школ в 78 регионах России.

Увлекательный урок «Велес» готовился в двух вариантах: для младших и для старших классов. В течение 3 месяцев сотрудники снимали видеоролики, ездили в школы тестировать материал, отрисовывали презентации промо-сайт, работали в социальных сетях, привлекая все больше школ и отвечая на любые вопросы преподавателей. В результате были подготовлены подробные методические материалы: презентация с подстрочником, гид для учителя, видеоролик, покетмод. Все, что оставалось сделать педагогу – это зарегистрироваться в проекте.

В рамках общероссийского проекта также прошел ряд конкурсов:

- Всероссийский конкурс авторских сценариев «Урока о воде» среди учителей, на который поступило более 230 сценариев.
- Он-лайн конкурс «Задай вопрос министру». Авторы лучших вопросов о воде, отобранных жюри, получили экопризы.

Проблемы. Из-за специфики проекта, проблем практически не возникало. Основное финансирование осуществляла компания PepsiCo, которая и стала обладателем неинтеллектуального ресурса. Министерство в этом проекте играло роль информационного партнера, поэтому интересы партнеров почти не пересекались. Единственное, что «тормозило» – это долгий процесс согласования материалов госучреждениями. Но, несмотря на это, мы добились впечатляющих результатов! Это произошло благодаря слаженной работе нашей команды, общей заинтересованности, довольно частым встречам с партнерами и профессионализму всех участников проекта.



информации, сайт фонда «Наше будущее», сайт «Теплица социальных технологий».

Наиболее определенными и емкими были ответы экспертов из Москвы, которые также в качестве источников информации о СП, назвали взаимодействие с органами государственной власти, при этом особенно часто упоминался Минэкономразвития России. В других регионах эксперты отметили в качестве источника информации о социальном партнерстве Министерство культуры, молодежной политики массовых коммуникаций, Министерство социального развития, Министерство физической культуры и спорта, Министерство социальной политики.

Социальные сети упоминались в качестве источника информации о СП, но названий социальных групп или самих социальных сетей не было обозначено нигде, кроме Москвы. Там фаворитом является Facebook, реже другие социальные сети (см. схему ниже).

Эксперты отмечали, что в целом структурированной информации по данной теме недостаточно, она эклектична, разрознена, специализированных библиотек, в том числе электронных нет (во всяком случае, эксперты не знают о таковых).

Для поиска в сети интернет информации по теме социального партнерства многие эксперты из регионов пользуются поисковиками, буквально вылавливая подходящие ссылки на мероприятия, сайты, новостные блоки. СМИ как печатные, так и электронные также находятся в списке источников информации о социальном партнерстве. Несколько экспертов упомянули телевидение и радио, но только нижегородцы отметили, что материалы по СП имеются в газете «Здравствуйте люди», радио «Образ», ТК «Волга», городское радио

«Нижний Новгород», «Серебряный дождь», но конкретные передачи или авторы указаны не были.

Из профильных СМИ упоминались журналы «Бизнес и общество», «Филантроп», «Милосердие», «Бизнес-класс», «Новый компаньон», «Коммерсантъ». При этом эксперты из Москвы считают, что окружающий мир и ландшафт меняются, не отстают от этого и СМИ, которые постепенно сдают свои традиционные очертания, и любая организация, имеющая 3000 подписчиков, включая НКО, фактически является СМИ, даже если оно и не зарегистрировано как таковое. Социальные сети, по мнению экспертов, сейчас более актуальны и мобильны, чем СМИ, которые и сами все больше переходят в электронный формат.

В числе источников информации также были обозначены различные специализированные мероприятия (конференции, съезды, конгрессы, форумы, семинары, тренинги), целью которых является повышение компетенции в сфере социального партнерства. В качестве примеров приводились ежегодные конференции Форума Доноров, конференция газеты «Ведомости» по корпоративной благотворительности, форум «Социальный Петербург», разовые яркие мероприятия, например, «Благотворительность в провинциальной России». Кроме получения знаний, здесь идет живое общение, расширяется круг знакомств, для дальнейших коммуникаций, предлагаются тематические раздаточные материалы.

Конкретных организаций, информирующих о социальном партнерстве, упомянуто было мало, но в числе озвученных: «Сопричастность», Центр устойчивого развития Псковской области, НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге, который имеет специалистов-теоретиков



по вопросам СП (проф. Ключицкий, О.А. Лещенко), а также такие НКО как «Родительский мост», «Старшие братья, старшие сестры», Пермский центр развития добровольчества и центр «Грани». Необходимо отметить, что только в Пермском крае ряд экспертов упомянули о полезности сайта губернатора как источник размышлений по теме СП. Несколько раз в разных регионах упоминались работы В.Н. Якимца.

В целом же эксперты в большей мере говорили об информации, касающейся неправительственного сектора, вкладывая в общую канву и тематику социального партнерства. Ряд экспертов сетовали, что у них нет времени на поиск информации, в связи, с чем они постигают тему методом «проб и ошибок», путем формирования собственного мнения и анализа собственных действий.

Каналы

Практически все респонденты в качестве главных каналов распространения информации для привлечения внимания к своим проектам называли информационные блоки, представленные на рисунке выше. Однако при распространении информации речь шла о конкретных действиях или проектах, поэтому и ответы на заданный вопрос отличались большим разнообразием. При этом здесь уже в большей степени эксперты говорили именно о социальном партнерстве, а не о вопросах межсекторального взаимодействия в целом.

Вопрос о привлечении к информационному обеспечению проектов социального партнерства референтных личностей и публичных персон («звезд») большинство участников исследования оценивали как существенный ресурс для привлечения внимания к проекту. Однако пока эта практика доступна не всем, и данный канал распространения информации и привлечения внимания к проектам и тематике СП только начинает развиваться, достаточного опыта в этом пока у организаций нет.

Отмечалось, что постепенно медийными становятся общественные деятели, но этот процесс находится в стадии становления, даже представители региональных общественных палат не все медийно активны и пока в большинстве своем не являются для средств массовой информации референтными личностями.

Представители неправительственного сектора считают обязательным размещение на собственных и партнерских ресурсах пресс-релизов и пост-релизов, где прописывается вся информация о проекте, его участниках, пользе для целевой аудитории и сообщества в целом. Затем данная информация может попадать в интернет-СМИ, на радио, а в редких случаях – на телевидение. Отмечалось также, что размещение информации о партнерстве с бизнесом в радио- и телеэфирах может повлечь для последних налоговые санкции.

После сайта и интернет рассылок эффективным каналом распространения информации о проектах социального партнерства назывались региональные электронные и печатные СМИ.

Наиболее эффективным каналом были названы социальные сети. По мнению экспертов это максимально широкая аудитория, которая вбирает в себя представителей государства, бизнеса, некоммерческого сектора, активных людей. В ситуации кризиса и уменьшения роли других видов коммуникаций в виде печатных СМИ, социальные сети – наименее дорогостоящий способ информирования целевой аудитории о проектах социального партнерства. Одной из разновидно-

стей социальных сетей является «сарафанное радио», которое имеет широкое распространение во всех регионах исследования.

Представители органов государственной власти одной из проблем называют отсутствие опыта, а порой и желания у неправительственных организаций выстраивать информационное сопровождение проектов. Описывались ситуации, когда представители НКО предъявляли претензии к органам власти и средствам массовой информации о недостаточном внимании к освещению тематики. Но те, в свою очередь, ожидают от неправительственных организаций творческого подхода, профессионально поданной информации по проекту а не сухого, порой невнятного пресс-релиза.

Роль информационного сопровождения проектов СП

Эксперты из всех регионов обозначили роль информационного сопровождения проектов СП как безусловно важную. Отмечалось, что через эту функцию происходит позиционирование и распространение информации, что способствует привлечению дополнительных ресурсов, в виде партнеров (отдельных людей с их навыками, организаций), финансовых средств. Кроме этого, грамотное информационное сопровождение развивает культуру СП. Участники исследования отмечали, что чем больше людей вовлечены в процесс, информированы о том, что происходит, тем больше армия сподвижников, мнением которых можно заручиться в отстаивании собственных интересов. И в этом эксперты усматривают мобилизационную роль информационного сопровождения. В целом же, эксперты сходились во мнении, что «если мероприятие проведено, но не освещено, можно считать, что мероприятия не было».

В понимании экспертов информационное сопровождение важно на всех этапах реализации проекта. Для всех участников это в первую очередь, повышение известности и формирование положительного имиджа ответственных партнеров, которые через совместное проектирование решают определенные социально значимые задачи.

Эксперты также считают, что в целях привлечения большего количества ресурсов в проекты СП, необходимо информировать об успешных примерах сотрудничества и проектах как внутри организации для укрепления и развития корпоративного духа, так и во вне. При этом внутреннее информационное сопровождение, в первую очередь, нужно той организации, которая обеспечивает этот процесс, для собственного его понимания, анализа и разработки предложений по дальнейшим действиям. Внешнее сопровождение важно потому, что те договоренности, те вопросы, которые обсуждаются в рамках мероприятий, должны доводиться до большего количества людей потому что социальное партнерство невозможно без прозрачности и открытости этого процесса.

В ходе проекта происходит информирование партнеров и целевой аудитории по ряду направлений:

- собственно о наличии проблемы;
- о наличии, уязвимой группы населения, которой требуется помощь;
- о возможных видах помощи, которые необходимы для решения задачи;
- об опыте в данной сфере и примерах уже реализованных проектов;
- об обратной связи после реализации проекта.

Представители бизнеса сошлись во мнении, что без блока информационного сопровождения, проект имеет меньшие шансы на поддержку. И здесь дело не только в рекламе, представители бизнеса хотят понимать и отслеживать развитие проекта, в случае возникновения проблем как можно раньше решать их, тем самым обеспечивая эффективность своих вложений. В то же время, было отмечено, что слишком открытая информационная компания создает риски для неправительственных организаций в переманивании бизнес-партнера конкурентами, которые благодаря полученной в ходе изучения проекта информации, составляют собственные успешные алгоритмы взаимодействия.

Отмечалось также, что для того, чтобы проект был эффективным, необходимо чтобы информационное сопровождение было грамотным, открытым, подробно описывающим цели и задачи, роль участников проекта, быть направленным на повышение доверия благополучателей ко всем участникам социального партнерства. Именно через информационное сопро-

вождение можно сформировать моду на социальное партнерство, которое имеет потенциал стать стандартом общественной жизни.

Понимание большой роли информационного сопровождения в успехе проекта мотивирует представителей некоммерческого сектора к освоению новых технологий. Интернет и социальные сети позволяют сформировать команду проекта, привлечь необходимые ресурсы, сделать подготовку и реализацию проекта открытыми для сообщества.

Эксперты из Самары и Нижнего Новгорода считают, что для НКО средства массовой информации бесценны в плане продвижения репутации и известности, информирования организаций о деятельности друг друга.

Информационное обеспечение тематики и конкретных проектов помогает выявлять социально активные НКО, которые при проведении органами государственной власти конкурсов на предоставление грантов и субсидий имеют лучшие шансы.

Экологический квест «Чистые игры»

Национальный Совет по корпоративному волонтерству, Ассоциация Менеджеров, РУСАЛ, «Леруа Мерлен», Nestle, «Эльдорадо», АБВУУ, «Гузовичофф», «Сделаем!», Presscorp, «Сфера экологии» и другие

Цель: мотивировать сотрудников организаций на участие в проектах в качестве волонтеров; привлечь внимание к проблемам экологии; создать партнерские отношения с компаниями.

Экологический квест – (<http://cleangames.ru/>) это командные забеги на скорость на свежем воздухе. Цель у каждой команды – собрать как можно больше мусора, отсортировать его и обменять на баллы. За каждый мешок определенного типа мусора предоставлялось разное количество баллов. За каждый мешок собранных раздельно пластика, металла и стекла, участники получали по 4, 5 и 8 баллов соответственно, за смешанный мусор только 2. А за пять найденных батареек «скушник» платил 2 балла. За баллы участники квеста при желании получали разные бонусы, например, тележку, чтобы была возможность быстрее доставлять мусор на склад, а, следовательно, увеличить свои шансы на победу. Также дополнительные очки участники могли получить за чекин на каждой «мусорной» поляне, которую они вы-

чистили, с указанием количества мешков. Таким способом организаторы считали очки команд в режиме онлайн и обновляли их на сайте, а также определяли масштабы уборки.

А еще участники квеста делали послания в виде смешных листовок с призывом оставлять после себя только красивый след. Некоторые команды даже брали с собой семена, чтобы засеивать травой освобожденные от мусора места в парке.

Организаторы экоквеста позаботились о том, чтобы победителей было как можно больше, поэтому номинаций представили немало. Заслуженные награды получили и те, кто собрали больше всего мешков мусора, и те, кто очистили больше всего участков в парке. Больше всего удивил и развеселил приз за самый необычный мусор. Сколько же всего необычного можно увидеть на улице прямо под ногами, если присмотреться: от кальяна и продуктовой тележки без колес, до запчасти от «Мерседеса» в фирменной упаковке.

Проходил квест на территории одного из самых неблагополучных с точки зрения чистоты и порядка парков – Нагатинской поймы.

Цифры поразительные. Участники собрали 245 мешков вторсырья и 119 мешков смешанного мусора. А при взвешивании содержимого мешков вторсырья, оказалось, что это 1 170 кг стекла, 115 кг пластика, 220 кг металла! По итогам отправлено в переработку 78% стекла, 14% металла и 8% пластика.

Всего приняли участие 18 команд – корпоративные волонтеры из Ассоциации Менеджеров, РУСАЛа, Nestle, АБВУУ, МТС, Planeta.ru и других компаний и организаций. Возраст участников: от 9 до 50 лет.

Можно уверенно сказать, что мероприятие удалось! В следующий раз будет еще интереснее, полезнее, и эффективнее. Организаторы ставят своей задачей усилить PR в социальных сетях для упрощения регистрации и получения информации участниками о правилах игры и другой полезной информации.



Участники исследования обратили внимание на то, что СМИ являются дополнительными участниками социального партнерства, которые имеют альтернативную точку зрения, что само по себе полезно для развития как конкретного проекта, так и социального партнерства в целом. СМИ способны формировать позитивный фон, который позволяет многократно повысить значимость партнерства.

Как заинтересовать СМИ социальным партнерством?

Эксперты ощущают, что в вопросах сотрудничества со СМИ по освещению проектов социального партнерства есть над чем работать. И здесь речь идет не только о нежелании СМИ как коммерческих структур терять прибыль на бесплатном упоминании названия организации, но и об опасении попасть под штрафы фискальных органов. Данную проблему участники исследования предполагают решить посредством корректировки законодательства в сфере рекламы.

Зачастую сотрудничество со СМИ затруднено в связи с недостаточным профессионализмом журналистов или работников НКО, плохим качеством текстов, описания проектов. При должном опыте работы со СМИ, понимании их ограничений и творческом подходе к проектной деятельности вопросов по блоку информации о проекте социального партнерства не возникает.

Отмечалось, что с частными СМИ найти общий язык легче, потому что они сами являются членами бизнес-сообщества и тоже решают не только задачи по извлечению прибыли, но и разумного привлечения к себе здоровых сил общества. Проблемы обычно возникают с государственными СМИ, так как, находясь на бюджетном финансировании, они являются проводниками

линии власти, что зачастую выливается в однобокость и категоричные требования оплаты размещаемой информации.

Прозвучало также мнение, что современные СМИ жестко ориентированы на рейтинги, которые зависят от сформированных потребительских запросов аудитории, и информация о социальных проектах может быть им не интересна либо из политических соображений, либо, потому что это «неформат» с точки зрения целевой аудитории. Однако у экспертов есть надежда, что эпоха народной интернет-журналистики приведет к тому, что хороший журналист-блогер сможет составить конкуренцию любой районной газете. Это мастерство, которому нужно учиться, на что и надо обратить внимание НКО и участникам социальных проектов».

«Сегодня ряд новостей, которые появляются у блогеров, пересказывают дикторы первого канала со своими комментариями, т.е. сначала работает народная журналистика, и если это интересно и это читают люди, то тогда открываются двери в СМИ», – говорит бизнесмен и бизнес-консультант из Пскова.

В противном случае, надо платить за публикации, либо искать ангажированных журналистов, либо создавать свое СМИ. Но самый короткий и эффективный путь – это народная журналистика. Если НКО и проектные группы научатся остро и интересно рассказывать о своих инициативах, то вопросы информационного сопровождения проектов социального партнерства возможно будут сняты.

Представители органов государственной власти отмечали, что в последнее время есть одобрение от власти для СМИ писать про НКО, и это практикует-

Развитие самозанятости населения

Урановый холдинг АРМЗ, фонд развития Забайкальского края, краевые и городские власти, фонд «Наше будущее»

При активной поддержке АО «Атомредметзолото» и его партнеров в 2014 году проведен широкий комплекс мероприятий по развитию самозанятости населения и поддержке социального предпринимательства в г. Краснокаменске (Забайкальский край).

Все интересующиеся могли узнать, что такое социальное предпринимательство, как работает социальный бизнес, каким образом начинающие социальные предприниматели могут получить финансовую поддержку.

Проведены:

- конкурс «Старт своего дела»: поддержаны бизнес-идеи по открытию магазина товаров для детского творчества и развития, кафе сладкой выпечки, созданию спортивно-оздоровительного клуба, детского клуба «Малыш и мама» и др.;
- образовательный курс «Создай свой социальный бизнес»;
- выставка-ярмарка социальных идей «Город – это мы»;

- мастер-классы действующих предпринимателей;
- серия вебинаров «Основы социального предпринимательства».

В итоге:

- 18 грантополучателей получили по 50 000 рублей;
- создано 12 реально действующих социальных бизнесов;
- 2 предпринимателя получили субсидии в муниципальном конкурсе;
- 3 предпринимателя стали победителями в конкурсе на получение грантов в 2015 году.

Сложности. В будущем компания воздержится от проведения вебинаров, т.к. технически организовать дистанционное обучения оказалось достаточно сложным.



ся в ряде регионов (Псковская, Самарская области, Пермский край). И в первую очередь, всем интересны реализуемые социальные проекты, которые должны быть значимыми, или интересно поданными для целевой аудитории СМИ.

Представители СМИ указывали на несовершенство существующего законодательства, которое может трактовать бесплатное информационное сопровождение проектов СП как разновидность лоббирования интересов. И в этом случае для СМИ, как минимум, необходимы поддержка органов государственной власти и изменения в законодательстве.

В качестве проблемы в достижении эффективности информационного сопровождения СП эксперты обозначили также недостаточный уровень понимания и погружения СМИ в социальную проблематику, а также общий уровень профессиональной подготовки кадров в журналистике, обращалось внимание на отход от литературного русского языка и неоправ-

данное насыщение материалов сленгом. Отмечался профессиональный застой в журналистском сообществе, поветрие взаимных наград и междусобойчики, в результате чего действительно интересные работы и журналисты остаются незамеченными, а именно они в основном и отражают злободневные проблемные темы.

Еще одна проблема в развитии тематики с точки зрения представителей СМИ – недостаточная активность НКО, которые не уделяют достаточного внимания информационному сопровождению проектов, не дают должного количества интересных материалов, которые могли бы стать реальными информационными поводами для журналистов. Задача НКО – вписаться в актуальную тематику дня, сделать ее интересной для всех секторов.

«Забота о ветеранах»

Благотворительный фонд «Система», ГК МЕДСИ и департамент социальной защиты населения г. Москвы

Социальный проект направлен на поддержку здоровья ветеранов Великой Отечественной войны и тружеников тыла.

8 мая 2015 года в преддверии 70-летия Великой Победы состоялась подписание трехстороннего соглашения между Правительством Москвы, Московским городским Советом ветеранов и АФК «Система» о сотрудничестве в сфере социальной поддержки ветеранов и патриотического воспитания молодежи.

Входящая в АФК «Система» Группа компаний МЕДСИ, работающая на рынке с 1996 года, – это крупнейшая в России частная федеральная сеть лечебно-профилактических учреждений. В 2012 году в сеть клиник МЕДСИ вошли несколько ведомственных медицинских учреждений Правительства Москвы. Там ранее за счет бюджетных средств обслуживались ветераны ВОВ, участники трудового тыла и лица, приравненные к ним. Компания МЕДСИ взяла на себя заботу о здоровье этой категории пациентов и за счет собственных средств обслуживает почти 400 ветеранов.

Они получают качественную медицинскую помощь в клиниках, к которым привыкли, обращаются к тем же врачам, которым давно доверяют.

Фронтовикам были вручены сертификаты на бесплатный реабилитационно-восстановительный отдых на базе подмосковного санатория МЕДСИ «Отрадное». Всего в рамках программы «Забота о ветеранах» бесплатное санаторно-курортное лечение пройдут 70 участников ВОВ и тружеников тыла.

Также в канун Дня Победы стартовала акция «Помоги ветерану!», разработанная Волонтерским центром БФ «Система». Более 200 волонтеров корпорации и дочерних компаний персонально поздравили свыше 100 ветеранов, проживающих в Москве, Химках, Мытищах, Щелково, Ногинске, Красноармейске, Егорьевске, ст. Томилино, вручили им продуктовые наборы к праздничному столу, подарили им радость общения и записали воспоминания о военных годах.

Важной задачей является не только помощь ветеранам, но и

сохранение памяти о войне среди молодого поколения. Для этого более тысячи воспитанников детских домов Москвы, Московской, Владимирской и Тверской областей приняли участие в бесплатных историко-патриотических экскурсиях, организованных БФ «Система» с помощью волонтеров корпорации в Центральном музее Великой Отечественной войны, Центральном музее Вооруженных Сил РФ и Государственном центральном музее современной истории России. Всего состоялась более 30 экскурсий, свыше 100 волонтеров АФК «Система», ГК МЕДСИ, МТС, МТС-Банк, ОАО «РТИ», АО «СГ-Транс», ОАО «МГТС», ЗАО «Биннофарм» приняли участие в проекте.

Центральным проектом «Системы» к юбилею Победы стала Книга памяти – записанные сотрудниками-волонтерами живые воспоминания о войне. Самым масштабным стал сборник «Жизнь во время войны», куда вошло свыше 300 историй ветеранов и очевидцев войны – родственников сотрудников компании МТС.



Какие условия нужны для развития СП в организации/регионе/России?

Участники исследования разделились на две группы. Первая не делила условия для развития СП на уровни, а оценивала проблемы в целом, в то время как эксперты из другой группы вопросы развития социального партнерства экстраполировали на все уровни: уровень организации, региона и России в целом (см. табл. 2).

Однако данные условия не возьмутся из ниоткуда, их необходимо создавать, активизируя НКО, которые

Помощь приемным семьям

БФ «Восточный» и банк «Восточный экспресс банк»

Приоритетным направлением «Программы помощи детям в трудной ситуации» выбрана помощь семьям, принявшим на воспитание детей из детских домов. Эта программа пришла на смену поддержке детских домов. Несмотря на успешность и эффективность поддержки сиротских учреждений, проблема социального сиротства не решается. Программа помощи приемным семьям стартовала в 2012 г. Фонд оказывает поддержку семьям любой формы – опекунам, попечителям, приемным родителям, а также усыновителям. Семьи ежемесячно в течение года получают стипендию на содержание и воспитание принятых в семью детей. Размер стипендии – от 10 до 20 тыс. руб. Обязательным условием является отчетность о целевом расходовании средств. Размер выплат составил более 19,1 млн руб., благодаря чему 230 детей обрели семью.

Механизм реализации программы разрабатывался совместно со специалистами отдела опеки и попечительства администрации Хабаровска. Именно они указали на специфические моменты работы с приемными семьями, необходимость ограничения помощи финансово и по времени. Пакет документов на участие в программе включает контакты специалиста органов опеки, который курирует семью по месту проживания и может подтвердить, действительно ли семья нуждается в благотворительной помощи. Деятельность фонда ограничена бюджетом, поэтому важным моментом фонд считает востребованность и разумное использование благотворительных пожертвований.

Организатор фонда «Восточный экспресс банк» пополняет сборы фонда из собственной прибыли, покрывает административно-хозяйственные расходы, предоставляет помещение в аренду,

обеспечивает организацию рабочих мест. Фонд всегда может рассчитывать на получение помощи от специализированных служб банка: дизайнеров, технической поддержки сайта, отделов развития интернет-банкинга и терминальной службы, юристов, отдела по персоналу и т.д. Помимо этого, около 80 добровольцев фонда – это сотрудники «Восточного экспресса» в регионах. Многие сотрудники перечисляют часть своей заработной платы в фонд на нужды подопечных детей. Каждый месяц на корпоративном портале публикуется отчет о том, каким семьям помог фонд, а также слова благодарности от родителей.

Проблемы. Первой проблемой, с которой фонд столкнулся в начале, стало необдуманное расходование средств. Все статьи трат направлены на улучшение физического и морального благополучия ребенка. Однако помощь не может быть направлена на решение общих семейных материальных проблем. Внутренним регламентом фонда запрещено тратить благотворительные средства на ремонт, оплату коммунальных услуг, погашение кредитов и т.д. Тем не менее, фонду приходится сталкиваться с недобросовестными благополучателями. Тема иждивенчества – обратная сторона благотворительности. Проблема решается строгими ограничениями в регламенте, четкими правилами, прописанными в договоре. На этапе запуска программы и распространения информации фонд воспользовался каналом рассылки среди региональных органов опеки и попечительства. Откликнулись только 10% получателей. При обзвоне выяснилось либо недоверие к деятельности фонда, либо незаинтересованность госслужащих в решении проблем замещающих семей. Тем не менее, в тех регионах, с которыми установились свя-

зи, программа успешно реализуется и сотрудничество со службами опеки очень плодотворное.

Возможно, решению этих проблем могли бы способствовать публикации в региональных СМИ, рассказывающие о примерах успешной благотворительности. Однако местные издания не стремятся размещать материалы фонда на безвозмездной основе. При упоминании основного партнера в лице банка «Восточный» возникает вопрос о стоимости статьи. Здесь важна заинтересованность всех сторон. Без участия властей и бизнеса одному некоммерческому сектору очень сложно формировать положительный имидж благотворительности.



являются двигателями данной сферы. В свою очередь власть должна прислушиваться и идти навстречу предложениям НКО и бизнеса. При этом необходимо дать понять бизнесу важность перехода к эффективной благотворительности. Немаловажную роль могли бы сыграть моральные стимулы участия в проектах СП со стороны органов государственной власти.

Важным для создания условий развития СП является финансирование. Это могут быть добровольные

пожертвования, гранты государственных структур, бизнеса, НКО. Наличие затяжного экономического кризиса будет не лучшим образом сказываться на расширении участия организации в различных проектах. Это ограничение сейчас наиболее существенно.

Немаловажно также наличие общей площадки, где могут встречаться представители разных секторов, чтобы обсуждать интересующие проблемы, а также вопросы, связанные с разработкой стратегии и

«Детская деревня «Виктория» (Армавир)»

ФК "УРАЛСИБ", БДФ «Виктория», Министерство социального развития и семейной политики, органы опеки и попечительства Краснодарского края, администрация Армавира

Проект является моделью государственно-частного партнерства, основанной на уважении и учете интересов партнеров, равноправии, эффективности и качестве, добровольности и реальности обязательств, принимаемых на себя партнерами, ответственности за выполнение принятых на себя обязательств, информационной открытости, отчетности и прозрачности.

Детская деревня «Виктория» в Армавире – это проект, направленный на семейное устройство детей, оставшихся без попечения родителей, в Краснодарском крае. Основа модели Детской деревни «Виктория» – полные приемные семьи с опытом воспитания кровных и приемных детей. В каждой приемной семье будут жить с родителями 6-8 детей. Всего в деревне будет проживать более 80 детей. Инфраструктура Детской деревни даст возможность комфортного проживания приемных семей, а также будет способствовать развитию социальной сферы Армавира.

Идея создания Детской деревни поддерживается представителями муниципальной и краевой власти.

С Министерством социального развития и семейной политики и подведомственными ему органами опеки и попечительства на территориях края 20 января 2014 г. заключено Соглашение о сотрудничестве, подписан совместный план по реализации мероприятий программы, оказана административ-

ная поддержка в информировании приемных семей о проведении Отбора для участия в программе. Представители Министерства включены в состав отборочной комиссии и участвовали в заседаниях по выбору семей, а юристы фонда и министерства вошли в состав рабочей группы.

Министерство помогло в отборе приемных семей (транспортное обеспечение семей до места проведения мероприятий и обратно, договоренности с площадкой для проведения мероприятий, участие представителей Министерства).

Муниципальное образование Армавира осуществляется с администрацией города. Помимо Соглашения о взаимодействии (в 2007 г.), подписан совместный план на 2014 г., план по взаимодействию с городскими СМИ по информационному освещению мероприятий программы. Оказывается содействие при взаимодействии с городскими СМИ, выделение площади под социальную рекламу.

Глава администрации вошел в Попечительский совет НОЧУ «Детская деревня «Виктория» (Армавир)». Оказывается административная поддержка в решении вопросов, связанных со строительством, в т.ч. содействие при взаимодействии с инженерными службами города, получения разрешений на ввод в эксплуатацию объектов Детской деревни. Проводятся регулярные рабочие совещания под председательством главы Армавира

на строительной площадке. Проводятся расширенные планерные совещания главы г. Армавир для руководителей крупных предприятий и бизнеса города, где освещаются вопросы программы.

Достигнуты договоренности о содействии администрации в вопросах решения занятости/трудоустройства приемных родителей, устройства детей в детские сады/школы после переезда в деревню.

В рамках программы в крае создана Региональная рабочая группа, которая решает оперативные вопросы по управлению программой в регионе. В состав рабочей группы входят представители фонда, представители Министерства социального развития и семейной политики Краснодарского края, представители администрации Армавира, представители генерального подрядчика, представитель НОЧУ «Детская деревня «Виктория» (Армавир)». Совещания рабочей группы проходят не реже 1 раза в месяц. Рабочая группа в процессе реализации программы показала себя как эффективный инструмент управления программой. Рабочая группа обеспечивает взаимодействие всех участников программы, позволяет сделать всесторонний анализ необходимых ресурсов и результатов программы, мобильно реагирует на ее изменения.



«Лифт в будущее»

БФ «Система», МГУ им. М.В. Ломоносова, Министерство образования и науки РФ, Агентство стратегических инициатив и др.

Всероссийская программа по работе с талантливыми детьми и молодежью «Лифт в будущее» транслирует уникальные образовательные технологии, включающие молодежь в проектирование развития регионов России. Через поддержку талантливых школьников и студентов программа «Лифт в будущее» содействует развитию высоких технологий в России и созданию кадрового резерва для высокотехнологичных российских компаний.

Программа одобрена Наблюдательным советом Агентства стратегических инициатив под председательством президента России В. В. Путина (протокол № 4 от 21 ноября 2012 г.), поддержана регионами, в которых реализовывались ее мероприятия (Республика Саха (Якутия), Свердловская, Смоленская, Владимирская области, Башкортостан, Краснодарский край и другие).

Основные цели и задачи программы:

- содействие интеллектуальному развитию и научно-техническому творчеству подростков и молодежи;
- развитие системы «социальных лифтов» и института наставничества для профессионального становления молодежи и воспроизводства кадрового потенциала высокотехнологичных российских компаний;
- повышение доступности дополнительного образования для школьников, студентов, аспирантов, молодых специалистов и педагогов в сфере проектной инновационной деятельности.

Оператором программы выступает НП «Лифт в будущее» (учредители – БФ «Система» и МГУ имени М.В. Ломоносова) С момента регистрации (2012 г.) регулярно проводится конкурс региональных молодежных проектов «Система приоритетов» и научно-образовательные школы «Лифт в будущее». Внедрена система форматов работы со школьниками (конкурсы – научно-образовательные школы – проектная работа на портале под руководством наставников) и студентами (конкурсы – программа стажировок и трудоустройства «Шаг к успеху»).

В 2014 г. прошли 4 летние школы: в Смоленске (150 участников); во Владимире (150 участников); в Башкортостане (150 участников); в Подмоскowie (300 участников).

Также в 2014 г. состоялась I международная научная конференция школьников «Лифт в будущее» – площадка для встреч учеников, педагогов и руководителей ведущих физико-математических и есте-

ственнаучных школ со всего мира. Это уникальная возможность для презентации научно-исследовательских проектов на международном уровне. Конференция прошла в формате Международной научной школьной ярмарки – ISSF (International Students Science Fair), которая на протяжении 10 лет ежегодно проходит в разных странах мира и собирает более 200 человек.

Министерство образования и науки РФ в 2014 г. предоставило 300 путевок для проведения научно-образовательных школ «Лифт в будущее» на базе Федеральных детских центров. Общероссийская общественная организация «Женщины бизнеса» оказывает помощь в продвижении конкурсов программы. Также среди партнеров – ОАО АФК «Система», ПАО «Мобильные ТелеСистемы», ОАО «Концерн РТИ», ЗАО «Биннофарм», ЗАО ГК МЕДСИ, ОАО «Детский Мир», ОАО «МТС-Банк», Научный парк МГУ имени М.В. Ломоносов, ООО «Дирекция Фестиваля науки» и другие.

С 2012 г. в рамках программы «Лифт в будущее» было проведено 8 научно-образовательных школ. Весной 2015 г. в Анапе гостями школы стали 150 детей из 34 субъектов РФ. Школа была организована совместно с Минобразования и науки РФ и прошла в рамках общей смены «Инженерия будущего». Всего в 2015 г. состоялось 3 научно-образовательных школы.

Конкурс «Система приоритетов» – это возможность стать участником программы «Лифт в будущее», вступить в сообщество сверстников, которые интересуются исследовательской и проектной деятельностью, ищут площадки для реализации своих интересов, планируют дальнейший профессиональный рост, хотят обучаться в ведущих вузах России. Победители и призеры конкурса награждаются путевками во Всероссийскую научно-образовательную школу «Лифт в будущее» и получают право представить свой проект на конференции «Лифт в будущее».

Педагогам, подготовившим победителей конкурса, предлагается обучение по программе повышения квалификации на факультете «Высшая школа управления и инноваций» МГУ им. М.В. Ломоносова.

Основные результаты программы «Лифт в будущее»:

- 200 тысяч школьников и студентов стали участниками программы;
- более 300 представителей бизнес-структур, научно-исследовательских и образовательных организаций стали кураторами проектов программы;

- проведено более 70 конкурсов среди школьников и студентов;
- более 8 тысяч школьников и студентов стали их победителями и призерами;
- 3200 школьников получили гранты «Лифт в будущее»;
- 500 студентов стали стипендиатами программы;
- 50 победителей конкурса студенческих работ прошли стажировку на высокотехнологичных предприятиях Европы;
- 4 молодых ученых-победителей конкурса получили гранты для прохождения научной стажировки в ведущих мировых научных центрах;
- 250 педагогов-кураторов получили гранты на организацию проектной работы со школьниками в лабораториях ведущих вузов России – STEM-центры;
- 400 педагогов, подготовивших победителей конкурсных мероприятий программы, прошли повышение квалификации в МГУ имени М.В. Ломоносова.

Трудности. Участникам программы «Лифт в будущее» – старшеклассникам и студентам первых курсов вузов – после прохождения обучения по программе предлагались стажировки в дочерних зависимых компаниях АФК «Система». В рамках всероссийских научно-образовательных школ в гости к школьникам и студентам приезжают эксперты и специалисты из компаний корпорации. По факту, не всегда компании АФК «Система» оперативно реагировали на приглашения посетить летнюю школу и/или принять выпускника школы на стажировку. *Решение.* Председателем совета директоров АФК «Система» В.П. Евтушенковым было подписано письмо во все дочерние зависимые компании корпорации с директивой назначить ответственным от каждой компании для взаимодействия с БФ «Система» в части коммуникации по программе. После этого все ДЗК АФК «Система» ведут переговоры и взаимодействуют с программой.



взаимодействия в СП, просвещение, на законодательном уровне разработка концепции и этических ценностей СП. Важно также создавать дополнительные экономические стимулы по участию в СП средних и малых организаций бизнеса, возможно в вопросах налогообложения. Вопросы обучения и информирования о СП в виде семинаров также простимулировало бы развитие партнерства, показав участникам, что СП не есть что-то далекое и неэффективное.

Однако были также высказывания, что все условия уже созданы и важно просто поддержать этот тренд и главное условие – изменение наших установок на взаимодействие, чтобы люди научились слушать, слышать и были готовы к позитивному сотрудничеству.

» *«Условия всегда должны быть одни: равноправие. У нас люди в органах власти считают, что они Моисеи. Что они считают так и никак по-другому, сказано и basta. А люди из бизнеса зачастую считают, что только они имеют право говорить об эффективности использования средств, как делается ПР, как работать в сетях и т.д., а люди из НКО все время думают, что люди из тех двух секторов им все время что-то должны. Вот когда это все преодолется, когда будут взаимное уважение, тогда это все и случится», - говорит руководитель НКО из Самарской области, эксперт федерального уровня.*

Перспективы развития социального партнерства

Эксперты отмечали перспективность темы социального партнерства в целом, но в отношении его развития в России ряд участников исследования проявляли скепсис, основанный на собственном понимании, что данная сфера подвержена циклическим взлетам и падениям и, в первую очередь, нуждается в поддержке государства. Более того, реальная перспектива у социального партнерства появится только при институциональной поддержке НКО и создании условий для мотивирования бизнеса к проявлению социальной активности. СП через привлечение неправительственных организаций к выработке и принятию управленческих решений позволит построить гармоничное общество. Эксперты также связывали перспективы СП с общим развитием ситуации в стране, но в большей мере в части развития гражданского общества, поддержке инициатив людей, талантливых в социальных инновациях, что принципиально важно для будущего России.

» *«Перспективы таковы, что сейчас очень узкий и очень сложный момент в развитии нашего общества. Мы либо все ввалимся в урапатриотизм и перестанем замечать многие*

Уровень	Условия для развития социального партнерства
Уровень организации	<ul style="list-style-type: none"> • Помощь в институциональном развитии со стороны власти • Существование в организации политики по КСО • Желание руководства компаний заниматься СП, выделять на это ресурсы • Активная позиция НКО • Работа с молодежью в организациях • Работа с бизнесом на основе разработанных стратегий СП • Расширение контактов НКО с бизнесом для нахождения большего количества сторонников и партнеров • Развитие самой необходимой, минимальной материально-технической базы НКО
Региональный уровень	<ul style="list-style-type: none"> • Стимулирование бизнеса к участию в СП • Установка от власти СМИ на информационную подсветку всего, что происходит в СП • Осознание необходимости развивать СП • Активизация Уполномоченного в проектах по СП • Благожелательность к людям, реализующим проекты в сфере СП • Обучение предпринимателей, НКО, представителей власти механизмам СП • Преодоление пассивности и инерции людей в решении социальных проблем • В условиях кризиса оставить грантовое финансирование НКО в регионе, хотя бы на том же уровне • Не хватает информации, как и чем, могут быть стороны полезны друг другу • Мало исследований, хороших примеров и обучающих мероприятий от коллег • Привлечение референтных личностей в продвижение СП в регионе • Демонстрация заинтересованности органов власти в реализации подобных проектов • Разработка системы поощрений участников СП, со стороны органов власти за те добрые дела, которые они делают
Национальный уровень	<ul style="list-style-type: none"> • Стимулирование бизнеса к участию в СП • Установка от власти СМИ на информационную подсветку всего, что происходит в СП • Преодоление пассивности и инерции людей в решении социальных проблем • Децентрализация и стабильная законодательная база • Налоговые льготы и преференции для бизнеса и СМИ • Проработка вопросов морального стимулирования участников СП • Привлечение референтных личностей в продвижение СП в России • Исполнение принятых в отношении развития СП решений

негативные вещи, которые происходят в самой власти, и это принципиальный момент: нельзя позволять власти вседозволенность, даже находясь в условиях некоей изоляции или попытки изоляции нас извне. С одной стороны. А с другой стороны, нельзя впадать в чистый урапатриотизм, потому что должен быть кто-то, кто трезво смотрит на жизнь, понимая, что она не такая простая. С третьей стороны, русский народ всегда точно определяет, кто есть, кто. В конечном итоге все будет расставлено по своим местам, и в этом смысле перспективы хорошие», - очень образно говорит руководитель НКО из Самары.

Хороший знак эксперты усматривают в том, что общество все больше и больше разворачивается лицом к этой теме, молодежь заинтересованно подходит к вопросу социальных проектов. То есть, молодежь поколения уже готово к идее социальной ответственности, поддержке и партнерству. Появился некий тренд на партнерское взаимодействие и всем важно привлекать в свои проекты представителей разных структур, разных секторов. Постепенно это становится интересно, модно, важно работать над расширением мотивированного круга участников этого процесса, решать вопросы поддержки лидерства и взращивания лидеров.

Ряд участников исследования считает, что перспективы СП есть, но важно четко понимать, что другого пути нет, и что никто никогда ни в каком обществе не

«С мамой»

БФ «Дорога к дому», ПАО «Северсталь», Национальный благотворительный фонд, департамент здравоохранения Вологодской области, Специализированный дом ребенка №2, комитет социальной защиты населения и управление образования мэрии Череповца

В последние годы в Череповце снижается количество детей, оставшихся без попечения родителей, но проблема социального сиротства пока актуальна. Из-за распада семей и низкого материального достатка одинокие матери еще в роддоме отказываются от детей, другие временно помещают ребенка в государственное учреждение. Небольшого пособия не хватает, чтобы обеспечить ребенка необходимым, оплатить коммунальные услуги или за съемное жилье. Женщина находится на грани срыва. Она могла бы работать, если бы были родственники; или можно было бы устроить ребенка до 2-х лет в детский сад. Научно доказано, что даже 1 месяц, проведенный ребенком в учреждении без родителей, необратимо сказывается на его психоэмоциональном состоянии и дальнейшей судьбе. Порой на полгода поместив ребенка в учреждение, его оставляют там навсегда.

Проект «С мамой» направлен на поддержку таких семей с детьми в возрасте от 2-х месяцев до 2 лет. Он дает возможность устроить ребенка в группу дневного пребывания с 7 утра до 19 часов, а вечером забрать его домой. Маме предлагается устро-

иться на работу в Дом ребенка, выйти на свою работу или найти новую. Трудоустройство мамы – обязательное условие для приема участника. Благодаря этому не формируется иждивенческая позиция, а предлагается реальный выход в решении финансовых проблем.

Специалисты проводят собеседование с потенциальными клиентами, оценивают уровень кризисной ситуации. Комиссия под председательством заместителя мэра Череповца выносит решение. После принятия клиента в проект с ним заключается договор на оказание услуг и составляется индивидуальный план.

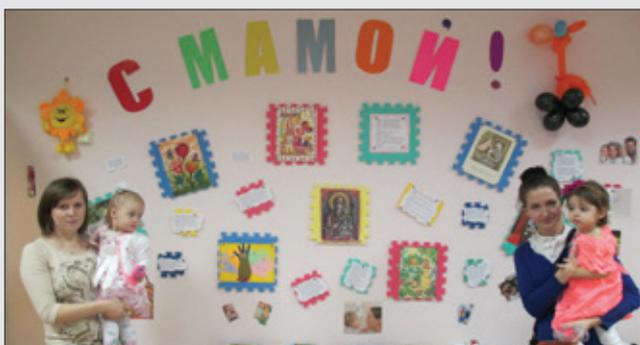
Подопечным оказывается комплекс юридических, социальных, психологических, материальных услуг, направленных на разрешение трудной семейной ситуации: с детьми по индивидуальному плану работают профессиональные педагоги, медицинские и социальные работники; для родителей проводятся юридические консультации, оказывается психологическая, социальная и материальная помощь. Организуются занятия по обучению приемам взаимодействия с ребенком.

Клиенты в проект попадают из детских поликлиник, комитета социальной защиты населения и управления образования мэрии Череповца, городской служба постинтернатного сопровождения выпускников детских домов «Навигатор», проектов программы «Дорога к дому», официальных приемов граждан руководителями городских госструктур, СМИ, непосредственного обращения.

Время пребывания в проекте – до полугода.

Трудности для подопечных. Клиент проекта «С мамой» может бесплатно получать услугу в течение полугода, а порой семья за такое время не может разрешить свою ситуацию: не выполняется решение суда о выделении жилья, возникли трудности при оформлении инвалидности старшей дочери, пособие по уходу за ребенком мама получает до 1,5 лет, после – мама не может устроить ребенка в садик и сама устроиться на работу.

Тем не менее, специалисты не оставляют семью без поддержки и после выхода из проекта, вместе помогают искать пути решения жизненных проблем.



придумал, что можно решать социальные проблемы каким-либо другим путем. Это единственный путь, по которому страна может развиваться.

Перспектива развития СП также зависит от политической ситуации в стране, от позиции власти, т.е. от способности власти создавать условия, находить подходы. Жесткость власти не будет способствовать формированию равноправного партнерства.

Для развития СП важно, чтобы все участники понимали, чем она отличается от благотворительности, как можно продвигать ее, где, с кем. В этом случае само позиционирование СП как взаимовыгодного для всех участников действия позволит развивать его без стеснения и отождествления с безвозмездными вложениями, не подменяя понятие СП благотворительностью.

Что нужно сделать для того, чтобы активизировать участников СП?

Размышления экспертов по поводу активизации участников распределились по нескольким смысловым блокам, которые касались различных способов стимулирования.

Институционально активизировать участие в партнерстве предлагается через усовершенствование законодательства, которое в настоящее время мешает адекватной оценке деятельности НКО в части их пользы для развития общества в целом. Ситуация, когда НКО вынуждены в большей мере заботиться о выживании чем о своей миссии, не имея поддержки от российских структур и находясь под прессом постоянных проверок, при малейшем подозрении на факт взаимодействия с иностранными партнерами, не содействует развитию социального партнерства. Предлагалось изменить нормы в признании организации «иностранным агентом» в случае работы НКО вне политического контекста.

«Нужно позволить НКО, которые напрямую не завязаны на политической деятельности, получать зарубежные инвестиции, пусть откуда деньги берут. Мы часто плачем и стенаем по поводу того, что вот отток капиталов туда идет, это как инвестиции отсюда в европейскую, какую-то азиатскую и еще какую-то экономики. Так давайте привлечем хоть какие-то деньги отсюда. Если речь идет не о политике», - предлагает руководитель подведомственной государственной структуры из Пскова.

В ряде случаев в отношении власти эксперты отмечали, что принципиальный вопрос на самое ближайшее время – восстановить реальную связь власти и общества, прорвать заикленность власти на себе.

«Маленьким героям»

Интернет магазин Ескай.ру и БФ «Настенька»

Проект «Маленьким героям» создан для того, чтобы неравнодушные люди могли помочь семьям с детьми, находящимися на лечении в НИИ детской онкологии и гематологии ФГБНУ «РОНЦ им. Н.Н.Блохина».

Вдали от дома малыши и их родители сталкиваются со множеством бытовых трудностей – невозможность отлучиться из палаты ни на секунду, не говоря уже о походах в магазин, отсутствие игр и игрушек, недостаток средств по уходу, стирка одежды в условиях

больницы. Поэтому самые обычные вещи – пеленки, подгузники, влажные салфетки, платочки, фломастеры, краски, альбомы с карандашами – могут сделать жизнь маленьких героев немного комфортнее.

С января 2015 г. в фонд «Настенька» еженедельно приезжают машины, доверху груженные этими обыкновенными, но очень нужными подарками, которые может заказать и оплатить каждый, кто заглянет на страничку «Маленьких героев». За это время проект оброс

постоянными участниками и множеством внутренних памятных событий.

В больницу с мастер-классом для «Маленьких героев» приезжала сотрудница «Ескай.ру», художница Арина Макарян. Тюбики масляных красок, холсты и возможность нарисовать собственную картину так впечатлили ребят, что альбомы для рисования, карандаши, фломастеры, краски, регулярно доставляемые в больницу благодаря проекту, закончились быстрее обычного.



Кроме этого, необходимо серьезное обучение представителей органов власти вопросам взаимодействия с другими секторами и тематике СП, в частности. Чиновники могут быть проводниками идей и применять эти технологии на своих территориях или продуцировать новые, брать на тиражирование те, которые существуют. Моральная поддержка со стороны власти участников социального партнерства с демонстрацией важности данного вида совместной деятельности на благо общества была отмечена экспертами в качестве важной составляющей в вовлечении участников в социальное партнерство.

Активизация участия в социальном партнерстве бизнес-структур зависит от изменений в нормативно-правовом регулировании в части преференций, прежде всего в налоговой сфере и помощи в развитии коммерческих проектов. Эксперты также считают, что взаимодействие с бизнесом в СП важно налаживать на основе взаимных интересов, решать вопросы без силовых методов, делать это более открыто, регулярно и понятно. Нужны более благоприятные условия для развития, в

первую очередь, малого и среднего бизнеса. Устранение административных барьеров, доступные кредиты, поддержка и, как минимум, недопущение злоупотреблений со стороны правоохранительных структур и т.п., чтобы никто не боялся заниматься бизнесом, чтобы это считалось безопасным и престижным делом.

В отношении НКО эксперты предлагают развивать их через создание информационной среды, поддержку деятельности специальных организаций (например, Форума Доноров, фондов местных сообществ) доведения до них лучших практик СП. Эксперты рекомендуют социальным НКО быть вне политики, стать более открытыми в своей работе, в стремлении принимать что-то новое, в желании преодолеть инфантилизм запроса на исключительно государственное финансирование. Одна из задач НКО – привлечение как можно большего количества людей в свою деятельность, чтобы НКО не замыкались в своем внутреннем социуме, а демонстрировали свою работу. Для развития сферы СП важно неправительственным секторам серьезно задуматься над саморегулированием, что будет спо-

«Живая Волга»

Coca-Cola Hellenic, Бюро ЮНЕСКО в Москве и региональные организации

В 2015 г. исполнилось 10 лет социальному экопроекту «Живая Волга», который проходит в городах Поволжья. За это время росла география и менялись акценты проекта, усиливался его статус.

В 2008 г. был впервые учрежден официальный День Волги – 20 мая, который с того момента занял свое место в экалендаре и празднуется ежегодно. К этому праздничному дню приурочены основные мероприятия, но многие из них начинаются задолго до этого – в марте, и длятся до сентября.

Первоначально проект состоял из двух ключевых частей – природоохранных акций с участием волонтеров из числа местных жителей и сотрудников Coca-Cola Hellenic; и проведения круглых столов, посвященных проблемам сохранения Волжского бассейна с привлечением экспертов из научного сообщества.

В 2013 г. принято решение сфокусироваться на просветительской составляющей проекта и направ-

вить основные усилия на работу с молодежью. В 2014 г. разработан и впервые использован на практике образовательный комплект для школьников и студентов с одноименным названием «Живая Волга» по пяти темам – «Фауна», «Флора», «Вода», «Устойчивое развитие», «Мы – экологи». В комплект входят информационные материалы для проведения семинаров, а также интерактивная игра брейн-ринг «Живая Волга». Данные комплекты позволяют в игровой, легко усваиваемой форме снабдить современную молодежь интересной информацией по сохранению экосистемы Волги.

На протяжении десятилетия расширялась и география проекта. Сегодня в число городов-участников «Живой Волги» входят Ярославль, Нижний Новгород, Казань, Самара, Саратов, Волгоград, Тольятти, в каждом из которых проходят собственные экологические и образовательные мероприятия под эгидой «Живой Волги». В про-

екте задействованы местные жители, старшеклассники, студенты, представители власти и профильных организаций, ведущие вузы региона, а также эксперты биосферных заповедников Волжского бассейна.

«Изюминкой» проекта в 2015 г. стали такие инициативы как экологический флеш-моб в Самаре – 137 школьников создали уникальное 25-метровое полотно из фотографий любимой реки.

Зам. директора по научной работе Института проблем экологии и недропользования Академии наук Татарстана Дмитрий Иванов отметил: «За время существования проекта тысячи детей повысили свой уровень осведомленности о проблемах экологии на водных объектах. Благодаря сотрудничеству с Coca-Cola Hellenic нам удается вносить вклад не только в экологическое образование подрастающего поколения, но и прививать им ценности культурного наследия региона».



способствовать профессионализации работающих в нем людей и организаций. Общество должно понимать, где правильные формы благотворительности, филантропии, меценатства, где неправильные, и где приложения их усилий действительно нужны и важны, а где они только вредят.

Эксперты считают, что социальное партнерство можно выращивать как явление общественной жизни через информационную поддержку, обучению менеджменту в некоммерческой сфере деятельности, навыкам фандрайзинга, связей с общественностью, особое внимание при этом уделять просвещению и обучению чиновников.

Участники исследования также отмечали, что у СМИ, кроме основной функции информирования и просвещения, огромная воспитательная роль в инициировании и развитии темы СП для новых участников. При этом необходимо находить и заинтересовывать журналистов и редакторов СМИ тематикой СП, помогать им стать профессионалами в информационном сопровождении этой тематики.

Более конкретными были следующие предложения экспертов:

- Активизация работы уже созданных диалоговых площадок – фондов местных инициатив, Общественной палаты и других по вопросам, связанным с развитием социального партнерства также обозначена экспертами в качестве источника развития данной сферы.
- Обеспечение механизмов прозрачности и подотчетности федеральных, региональных и муниципальных грантов – еще одна составляющая успеха привлечения к участию в социальном партнерстве.
- Внимание к малому бизнесу, который может стать исполнителем госзаказов через демонстрацию своих компетенций и профессионализма в проектах социального партнерства. То есть данные проекты имеют потенциал для развития социального предпринимательства.

Эксперты из Самары также предлагали создать систему подготовки лидеров, вовлекая в социальное партнерство детей и молодежь.

«В движении!»

Coca-Cola Россия, Министерство спорта РФ и Российский футбольный союз

Coca-Cola Россия поставила перед собой задачу – поддержать российское правительство в ее амбициозной цели удвоить к 2020 г. число людей, активно занимающихся спортом.

Так, в прошлом году компанией была запущена комплексная инициатива по вовлечению жителей России в спорт и активный здоровый образ жизни (www.v-dvizhenii.com).

Одна из главных задач программы – продвижение инициатив по поддержке активного здорового образа жизни среди молодежи. Самый показательный пример – партнерство Coca-Cola Россия совместно с Министерством спорта РФ и Российским футбольным союзом в рамках организации детско-юношеского турнира по футболу для непрофессионалов «Кожаный мяч». С 2013-го года в средней и старшей возрастных категориях (дети от 12 лет) турнир носит имя «Кожаный мяч – Кубок Coca-Cola».

«Кожаный Мяч – Кубок Coca-Cola» – это проект не только про ребят-футболистов, играющих в

мяч. Компания заинтересована в создании настоящих городских спортивных мероприятий, ярких семейных праздников спорта. Для этого, помимо основных футбольных соревнований, реализуется программа «Зритель» – спортивные активации для зрителей и болельщиков турнира. Любителей футбола на стадионах всегда ждут развлекательные спортивные соревнования, мастер-классы по футболному фристайлу, аниматоры, конкурсы и подарки от Coca-Cola и, конечно, бодрящие и освежающие напитки для всех желающих.

«Кожаный Мяч – Кубок Coca-Cola» – успешный пример партнерства бизнеса, власти и местных сообществ, объединенный общей целью – поддержать развитие детского и юношеского футбола в России и привить здоровые привычки подрастающему поколению.

Сложности. Из-за большого количества федеральных и региональных соорганизаторов турнира оказалось непросто обеспечить единое качество реализации

проекта на местах. В некоторых регионах Coca-Cola сталкивалась с различными сложностями: непонимание или неверная трактовка роли компании как партнера турнира, перенос сроков турниров без предварительного предупреждения, отсутствие поддержки дополнительных инициатив компании в рамках турнира.

Как удалось их преодолеть? Направление и «ключ» к решению этих вопросов был выбран один – выстраивание и налаживание системы партнерства, четкое распределение обязанностей между организаторами, регулярные встречи рабочих групп, включающих представителей Министерства спорта, местных администраций, представителей компании. Чем больше проходило времени, тем больше организаторы турнира убеждались: Coca-Cola Россия – солидный партнер с долгосрочными целями, партнер, заинтересованный в комплексном развитии турнира.





«Встречаться с людьми, больше проводить мероприятий, потому что часто во время проведения семинаров, круглых столов мы видим этих звездочек, людей, которые активны, но они не позиционируют себя. Поэтому мы собираем таких людей и дальше с ними общаемся», - дает свой рецепт развития СП через выявление лидеров сотрудник аппарата законодательного органа власти из Самары.

Однако среди респондентов встречались те, кто считает, что социальное партнерство должно развиваться само по себе, и дополнительные усилия по стимулированию участников не нужны. По их мнению, ничего не надо делать, но нужно не мешать и стороны всегда найдут друг друга, если не создавать искусственных преград между ними.

«От закрытых учреждений – к семейной поддержке»

АО КПМГ, Министерства здравоохранения и социальной политики Нижегородской области, фонд Firefly

Состояние детей с особенностями развития в России существенно хуже, чем у их сверстников в развитых странах. Многие из них никогда не посещали детский сад или школу, живут в изоляции. В России государство, фонды, родители часто тратят средства на виды помощи, которые не доказали своей эффективности и не используются в развитых странах. Дети с особенностями развития не могут быть вылечены, но это не значит, что качество их жизни не может быть выше. Одна из причин – поздние сроки начала помощи и отсутствие доступных качественных профессиональных услуг на протяжении всей жизни. Вмешательство хотя бы на год раньше дает большие результаты, дети лучше развиваются и меньше отстают от сверстников по разным областям развития. Поэтому КПМГ решила начать с помощи самым маленьким детям с особенностями развития.

Все развитые страны используют технологии раннего вмешательства. Это специально организованная работа вокруг потребностей конкретного ребенка специалистами различного профиля: психологов, логопедов, эрго- и физических терапевтов. Большую роль в этом процессе играют родители: их обучают менять домашнюю среду вокруг ребенка, чтобы сделать ее максимально ресурсной для наилучшего развития. Специалисты также помогают родителям развивать отношения с ребенком и социальным окружением, чтобы семья могла успешно функционировать,

несмотря на нарушения ребенка и получать радость от родительства. Важно, что для семьи ребенка эти услуги бесплатны

В 2009 г. КПМГ предложила Министерству здравоохранения и социальной политики Нижегородской области проект «От закрытых учреждений – к семейной поддержке» по обучению специалистов из подведомственных им учреждений технологиям раннего вмешательства. Оба министерства полностью поддержали идею. Проект был реализован в 10 учреждениях Нижегородской области. С 2009 по 2014 гг. для реализации образовательной программы были приглашены ведущие в России эксперты в области раннего вмешательства, в проекте также участвовали эксперты по технологиям помощи маленьким детям из США. Было проведено более 30 образовательных модулей в форме открытых лекций, консультаций детей и супервизий специалистов. Обучение прошли более 200 специалистов города и области, занятых в сфере помощи маленьким уязвимым детям. На момент начала проекта выбранные учреждения, за исключением домов ребенка, не оказывали услуги детям младше 3 лет. По окончании проекта Министерство социальной политики озвучило цифру в 2500 детей, которые получили необходимые услуги раннего вмешательства в рамках проекта. Подобные службы были созданы во всех 10 «пилотных» учреждениях.

КПМГ впервые так плотно сотрудничала с двумя министерства-

ми социального блока, и этот опыт был очень важен. Для устойчивости проекта была сформирована рабочая группа, куда вошли представители обоих министерств, менеджер КСО компании КПМГ и два ведущих эксперта проекта. Группа встречалась после каждого образовательного модуля. В ходе этих встреч обсуждались успехи и пути улучшения проекта, планировались дальнейшие шаги. В проект были также вовлечены все специалисты отдела помощи семье и детям, которые посещали образовательные модули, чтобы повышать свой профессиональный уровень.

В обоих министерствах проекту оказывалась значительная поддержка. Коллеги были открыты новым технологиям, заинтересованы в их внедрении в подведомственных учреждениях, чтобы благополучатели могли на бесплатной основе получать необходимые услуги.

Вызовы. По итогам проекта КПМГ получила исключительно положительную обратную связь не только от министерств, но и от родителей проектных детей. Проект позволил создать в Нижегородской области новые социальные услуги с доказанной эффективностью. В то же время, для обеспечения устойчивых и видимых результатов необходимо вводить структурные изменения в работу домов ребенка, менять должностные обязанности и штатное расписание. Это длительный и сложный процесс, который должен быть частью политики здравоохранения. Эта работа еще впереди.



Что необходимо сделать каждому из секторов, чтобы преодолеть недоверие общества и СМИ?

Эксперты считают данный вопрос непростым, уходящим в историю страны, требующим возможно философского осмысления. Исходит это из того, что недоверие между секторами есть всегда «бизнес ворует, власть недостаточно делает, НКО вообще непонятно кто такие», всегда есть некая социальная напряженность. Поэтому информация важна, и она должна быть профессионально выстроена. Она должна содержать больше позитива, но в то же время быть правдивой, деятельность всех участников должна

быть максимально прозрачной и открытой. Лидерам процесса необходимо «заражать» все больше людей, помогать потенциальным участникам встраиваться в проекты СП.

Возможно, стоит задуматься над установлением регламентов на государственном уровне, на уровне НКО регулярно публиковать отчетность. Всем вместе выстраивать межсекторный диалог и разрабатывать свод этических ценностей во взаимодействии и социальном партнерстве.

Были также мнения, что недоверия как такового нет, просто общество мало знает о СП, недостаточно конкретных примеров, которые помогли бы познакомиться с тематикой. Успешные в проектах СП организации не видят недоверия между секторами и не испытывают проблем со СМИ. Они считают, что преодолеть недоверие общества и СМИ можно только результатами. Дела скажут сами за себя.

Более конкретно по данному вопросу высказывались участники исследования из Пскова, кото-

«Славим и помним»

АНО «Масс-Медиа-Центр», Ассоциация землячеств Новосибирской области, ОАО «Аэропорт Толмачево», СТЦ «МЕГА», Западно-Сибирская железная дорога (филиал ОАО «РЖД») и ООО «Новосибирскрегионгаз»

Проект призван изменить отношение молодежи к истории своей страны и способствовать сохранению воспоминаний о событиях Великой Отечественной войны для современного и будущего поколений, освещению судеб земляков, участников и свидетелей, героических и трагических страниц ВОВ областных и районных СМИ.

Проект призван формировать и сохранять нравственно-патриотические традиции через знакомство с жизнью и судьбами героев военных лет.

Задачи: воспитание у современного поколения уважительного отношения к прошлому Родины и его героям, изучение истории из первых уст.

Целевая аудитория: ветераны ВОВ, бывшие блокадники, узники концлагерей, труженики тыла и молодежь Новосибирской области и города (от 14 до 30 лет).

Сроки реализации программы: октябрь 2014 - октябрь 2015.

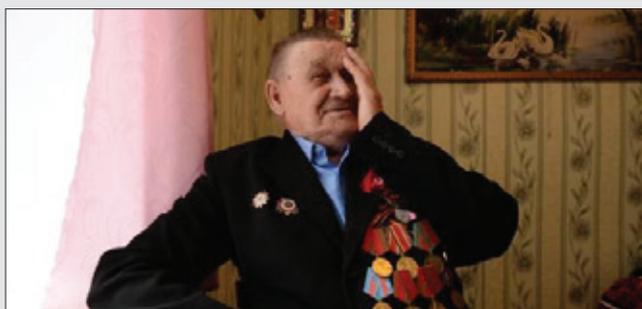
Проект включает:

- «Дни чествования ветеранов» в 3-х районах области (круглый стол с обсуждением вопросов патриотического воспитания детей и молодежи, мастер-классы для школьников и демонстрация мобильной фотовыставки). В них приняли участие ветераны, молодежь, представители власти, общественности и СМИ;
 - проведение фотовыставки на 3-х площадках города: аэропорт «Толмачево» (месяц), вокзал «Новосибирск-Главный» (15 дней), ТЦ «Мега» (15 дней);
 - выпуск и презентация фотоальбома «Славим и помним». Безвозмездная передача экземпляров издания по районным библиотекам и музеям, школам, администрациям, на руки ветеранам. Размещение электронной версии на интернет-портале;
 - проведение фотовыставок в Москве и Дагомьсе (осень 2015).
- Основные результаты:
- презентация издания «Славим и помним» из 200 лучших работ;
 - реализация мероприятий, посвященных дням чествования

ветеранов, в которых приняли участие не менее 500 человек;

- размещение информации о ходе реализации проекта в СМИ;
- экспонирование фотовыставок (с проходимостью не менее 100 человек в день). В общей сложности выставку увидели около 60 000 человек.

Трудности. После определения партнера, который будет заинтересован данной проблематикой, трудностей не возникает. Сложность заключается в поиске таких организаций. В проекте проблем с нахождением партнеров не возникло, так как тема актуальна, особенно в наши дни, когда свидетели военных событий истории уходят один за другим. Всю значимость подобных проектов уже не нужно доказывать или объяснять кому-то, поэтому большинство отзывается сразу, если могут как-то поспособствовать. Особенно щекотливым становится вопрос софинансирования, так как нынешняя экономическая ситуация в стране оставляет желать лучшего.



рые считают, что недоверие общества к социальному партнерству надо преодолевать через:

- открытость и повышение прозрачности в осуществлении проектов;
- устранение недоверия через развитие диалога;
- улучшение качества и объема информационного сопровождения, развенчание стереотипов;
- демонстрацию лучших практик этого взаимодействия при решении реальных проблем;
- отделение бизнеса от власти, устранение коррупции,
- повышение эффективности проектов;
- преодоление государством унитарных функций и отказ от несвойственных полномочий в пользу НКО и бизнеса;

- объединение ресурсов.

Также было высказано мнение, что известным и уважаемым в обществе людям, руководителям государственных и бизнес-структур важно участвовать в проектах и личным примером показывать их значимость.

Из высказываний экспертов следует, что наиболее значимым для устранения недоверия общества к социальному партнерству является все, что связано с открытостью, а повышение эффективности проектной деятельности и разработка механизмов развития этой сферы пока даже для экспертов, имеющих опыт личного участия в проектах, не входят в приоритеты.

Турниры по теннису на колясках

«МегаФон» и «Фонд развития тенниса Санкт-Петербурга»

Одно из направлений благотворительной деятельности компании – поддержка лиц с ограниченными возможностями. Задача «МегаФона» как оператора связи, – устранять барьеры в общении и открывать мир для каждого. По официальной статистике на 1 января 2014 г. в России насчитывается около 13 млн людей с инвалидностью (90 на каждую тысячу населения), из них 580 000 детей-инвалидов.¹ Проекты «МегаФона» для лиц с ограниченными возможностями направлены на социализацию (через спорт, культуру, социально-бытовую адаптацию), создание без барьерной среды, содействие образованию и трудоустройству. С начала года мы уже одобрили 24 проекта для более 10 400 лиц с инвалидностью.

Один из наиболее эффективных способов социализации и самореализации – участие в спортивных соревнованиях и занятии спортом. Этот опыт дает людям с ограниченными возможностями показать всем и, прежде всего, самим себе, что они такие же равноправные члены общества, способные достигать спортивных успехов, как в России, так и на международном уровне. Для достижения этой цели организована серия турниров по теннису на колясках в России, среди которых международный турнир MegaFon Dream Cup категории ITF 3 серии с призовым фондом в \$10 000, Zelenograd Open-Pervaya Raketka и Moscow Cup Open. В 2014 г. с помощью компании в соревнованиях смогли принять участие 78 человек.

Ранее в России не проводились турниры, которые позволяли бы не только получать соревновательный опыт, но и зарабатывать рейтинговые очки для участия в Паралимпийских играх. Отсутствие практики проведения чемпионатов такого класса представляло определенные трудности: вместе с партнерами из «Фонда развития тенниса Санкт-Петербурга» компания с чистого листа разрабатывала организационный план, включая подходы по поиску площадки, приглашению иностранных спортсменов и судей, а также решали административные вопросы, чтобы соревнования соответствовали международным стандартам. «МегаФон» выступил первопроходцем, и смог показать,

что проводить подобные турниры в России на самом высоком уровне возможно.

На турнир MegaFon Dream Cup 2014 компания пригласили известных спортсменов и молодых ребят из Института АФК. Таким образом, удалось решить две задачи. Во-первых, способствовать социализации участников соревнований и студентов, которые выступили в качестве волонтеров. Спортсмены-колясочники не только набрали рейтинговые очки, но и нашли новых друзей, расширили свой круг общения. Во-вторых, поддержка известных спортсменов помогла подопечным компании избавиться от психологических барьеров, обрести веру в себя.



¹ Данные Федеральной службы государственной статистики.

Есть ли необходимость вообще стимулировать развитие СП, или оно должно развиваться инициативой снизу?

Ответ на вопрос о необходимости стимулирования развития социального партнерства в основном трактовался положительно, но были и скептические мнения, что если оно не зарождается естественным путем, то стимулирование не поможет, а лишь произведет затраты. Однако при наличии даже малых инициатив, материальные или нематериальные стимулы могут запустить процесс развития СП.

Эксперты из Самары считают, что развитие СП необходимо стимулировать, мотивируя это тем, что в России все происходит через наличие лидеров в теме. Именно лидеров (персон и организаций) и необходимо

стимулировать, потому что критическая масса, чтобы процесс СП начал развиваться уже самостоятельно, еще не набрана. Необходимо, чтобы было очень много участников этого процесса, и они знали и применяли инструменты работы социального партнерства. Делать это предлагалось через стимулирование в виде обучения, разъяснения, внедрения культуры СП, информирования, оценки результатов, а также награждение участников социального партнерства, которые реализуют лучшие практики. С одной стороны, это будет поощрять участников СП, с другой стороны, – распространять эти практики, с третьей, – привлекать других участников.

Более конкретно предлагалось участие среднего и малого бизнеса стимулировать через привлечение в проекты волонтеров какими-то другими нефинансовыми усилиями. НКО подвигать идти в ногу со временем и понимать потребности власти и бизнеса. Кроме того – быть в курсе информационного обмена, участвовать в российских и международных грантах.

Для бизнеса также важно предлагать различные варианты социального партнерства, чтобы вовлекать НКО в активную деятельность, считают эксперты. Возможно, у нас не все представители бизнес-структур

Помощь детям-сиротам

«МегаФон» и БФ «Измени одну жизнь»

В России около 1500 детских домов и домов-интернатов для детей-сирот, где находятся около 96000 воспитанников. Программа «МегаФон» для детей-сирот подразумевает всестороннюю поддержку ребят: проекты направлены на социализацию (через спорт, культуру, социально-бытовую адаптацию, постинтернатное сопровождение), на содействие семейному устройству и созданию новых возможностей (дополнительное образование). В 1-ом полугодии 2015 г. мы утвердили 15 проектов, которые помогут 6 300 детям.

Одна из самых ярких инициатив в рамках этой программы – федеральный проект «Измени одну жизнь», стартовавший в 2013 г. совместно с одноименным фондом. Для достижения цели проекта – помочь детям обрести любящих родителей – «МегаФон» создает видеоанкеты участников «Открытых всероссийских соревнований» по футболу среди команд детских домов и школ-интернатов «Будущее зависит от тебя!» (это собственный проект компании. За 10 лет в соревнованиях приняли участие 1300 команд и 21 000 детей).

Видеоматериалы помогают не только рассказать о ребенке, но и раскрыть его личность, узнать его поближе, что в разы увеличивает шансы найти родителей и обрести счастливое будущее. Не всегда сухая информация в личном деле мо-

жет сподвигнуть потенциальных родителей отправиться в отдаленный детский дом, тогда как после видеознакомства принять такое решение гораздо проще. На сегодняшний день из 1000 запланированных роликов отснято 706, а 75 детей уже нашли свой новый дом. Бюджет проекта в 2013-2015 гг. составил 3 млн рублей.

Одна из сложностей, которые возникли при реализации проекта, связана возрастной категорией детей, принимающих участие в соревнованиях! «Будущее зависит от тебя!» (от 12 до 15 лет), относятся к наиболее трудно усыновляемой группе, которая традиционно считается наиболее проблемной. Многие дети в этом возрасте страдают от психо-

логических травм, которые вызваны прошлым опытом: потерей семьи, тяжелыми условиями жизни или резкой сменой ее привычного уклада. Видеознакомства позволяют показывать, насколько эти подростки целеустремленны и самостоятельны, что они ведут здоровый образ жизни. Это создает дополнительную мотивацию для потенциальных усыновителей обратить внимание на данную возрастную категорию воспитанников детских домов. Кроме того, за счет помощи специалистов-психологов, которые ведут предварительную работу с детьми, последние чувствуют себя увереннее перед камерой и могут показать себя с лучшей стороны. Подробности – <http://changeonelife.ru>.



занимаются социальным партнерством, потому что они еще не нашли свой проект. Но если оставить все на самотек, то они могут никогда его и не найти. В любом случае, предлагать, рассказывать, показывать то, что есть на данный момент, то, что есть в потенциале. Только дополнительная информация и освещение того, что происходит сейчас и может происходить в ближайшем будущем, усилит социальную вовлеченность бизнес-партнеров.

Инициирование СП снизу возможно через демонстрацию лучших практик и важности проектов СП для развития местного сообщества и региона в целом. Однако только инициативой снизу стимулировать СП не эффективно ввиду наличия различных бюрократических проблем. Более действенной является схема, когда это партнерство идет сверху, когда власть говорит о том, что она готова выходить на диалог и совместные действия. Здесь уже власть делит свою ответственность с другими участниками, становится причастной ко всему, что происходит. Только в этом случае может

получиться качественный результат. При условии наличия государственной поддержки на федеральном и местном уровнях, важно обращать внимание на повышение самосознания населения, общества, на развитие культуры СП. И делать это, с точки зрения участников опроса из Самары, надо через проведение совместных мероприятий (круглых столов и т.д.), освещение в СМИ. Публичное поощрение со стороны государства совершенно точно бы не помешало. Экспертами из Пскова, Самары, Нижнего Новгорода и Пермского края отмечалось, что СП нельзя навязывать или наоборот запретить. Но поддержка государством этой сферы является признаком правильной его позиции в отношении общества. В ряде регионов наблюдается взаимодействие власти с социально ориентированными некоммерческими организациями, но пока не видно активного взаимодействия власти, бизнеса и общества.

Нельзя искусственно стимулировать развитие СП снизу, считают участники исследования, общество

Кулинарные сессии «Готовим вместе»

«Нестле Россия» и НКО, работающие с детьми

«Нестле Россия» стремится вносить свой вклад в решение важных социальных задач, представляющих ценность для общества и страны в целом. С 2009 г. компания проводит серию занятий «Кулинарные сессии «Готовим вместе», которые проходят в рамках корпоративной социальной ответственности «Нестле» «Создавая общие ценности».

Сессии проходят под руководством профессиональных повара кулинарной студии один раз в два месяца, или чаще, в московском офисе, где расположен Центр инноваций «Потребитель и клиент». Центр включает в себя кулинарную студию, профессиональную кухню, кабинки и специальную комнату для профессиональной дегустации кофе и других напитков.

Целевой аудиторией являются различные категорий людей – воспитанники детских домов, ребята с ограниченными возможностями, а также семьи, оказавшиеся в трудном положении. Социализации гостей кулинарных сессий помогают волонтеры «Нестле». Они умеют создать в студии домашнюю атмосферу, и ребята легко усваивают новые знания в непринужденной беседе за совместным приготовлением обеда.

С помощью таких мероприятий дети и подростки с ограниченными возможностями учатся общаться с другими людьми, приобретают навыки ведения домашнего хозяйства, приобщаются к семейным ценностям. Таким образом, задача этих мероприятий – не только показать воспитанникам интернатов и детских домов, как

легко и просто приготовить вкусное блюдо, но и помочь подросткам и молодым людям в социализации.

Завершается кулинарная сессия совместным обедом, во время которого ребята могут оценить мастерство друг друга, пообщаться и поделиться рецептами и впечатлениями. В гостях у «Нестле» уже побывали ребята из Центра равных возможностей для детей-сирот «Вверх», Центра инвалидов «Пеленг», образовательного центра «Большая перемена», фонда «Кидсейв», Петровского, Ермолинского интернатов и других учебных и социальных учреждений. Компания проводит кулинарные сессии на постоянной основе, а значит, повара и волонтеры «Нестле» с нетерпением ожидают новых гостей в своей кулинарной студии.



должно саморегулироваться на решение насущных для себя проблем. К псевдо социально значимым проектам доверия у общества нет, и в результате не будет развиваться СП с такими инициативами.

” «Все должно идти своим чередом. Если возникнет проблема, обязательно найдутся люди, которые знают, как ее можно решить. И наоборот, если возникает свободная энергия у неравнодушных людей, в какой бы сфере они ни работали – в социальной, коммерческой или муниципальной – они всегда найдут, куда применить эту свободную энергию», – говорит представитель бизнес-структуры из Самары.

СП – эволюционный процесс, считают эксперты, потому что как только начинается искусственное подстегивание, стимулирование участников социального партнерства, как правило, получается искусственное сотрудничество, искусственные договоры, а искусственное стимулирование – это фактически давление. Также высказывалось мнение, что инициатива снизу всегда будет, но она может как появиться, так и умереть, если не будет определенного понимания, что это кому-то нужно.

” «В России в 1897 году существовало 11 тыс. форм стимулирования благотворительности, начиная от гривенника и заканчивая орденом Анны на шею, различные виды: соболя, дома и пр. <...> Сегодня сколько таких форм? Есть государственная грамота, диплом, медаль, начиная от Президента РФ до районной или городской думы, а с точки зрения финансовой перспективы наград и градаций стимулирования не существует. Сегодня в войсках знают, чиновники знают, что получив 3-ю степень, потом 2-ю и 1-ю степень пенсия 100 тыс. обеспечена. А для людей, занимающихся на территориях поддержкой социальных проектов, совершенно непонятно какая степень системы стимулирования наград существует. Важно, чтобы ее кто-то разработал и стал применять», – отмечает эксперт федерального уровня (Самарская область).

Ряд экспертов уточнили, что важно не стимулировать СП, а заинтересовывать его участников выгодой, пользой, созданием условий. Важно, чтобы как можно больше людей, организаций, бизнес-структур, власть проникались этим и понимали, насколько это необходимо для нашей жизни, для нашего общества.

Школьная образовательная программа «Разговор о правильном питании»

«Нестле Россия», Институт возрастной физиологии РАО, Министерство образования и науки РФ, региональные департаменты образования, образовательные учреждения

Программа реализуется с 1999 г. Основная задача – формирование культуры здоровья среди детей 6-14 лет, их родителей и педагогов.

Работает в 52 регионах России, ежегодный охват – более 1 млн школьников и воспитанников детских садов. За время реализации проекта с правилами правильного питания и здорового образа жизни познакомилось более 6,5 млн детей и подростков.

Дети изучают программу на протяжении трех лет в среднем 40 академических часов. Основные формы – внеклассная работа, факультативы, система классных часов. Дополнительно дети могут принимать участие в различных формах он-лайн и офф-лайн активностях – конкурсах, викторинах и т.д.

Обучение педагогов осуществляется через систему научно-методических семинаров, конференций в регионах-участниках программы. В среднем в год организуется 20-22 мероприятия, он-лайн обучение.

Проводится национальный конкурс методик для более 3 тыс. педагогов. Основная площадка для обмена опытом – ежегодная национальная конференция «Воспитываем здоровое поколение», которая ежегодно принимает около 150 участников.

С родителями проводятся лекции, конкурсы, направленные на привлечение их внимания к вопросам правильного питания детей.

В рамках программы реализуется исследовательское направление. В настоящее время программа «Разговор о правильном питании» при-

знана одним из самых успешных проектов в сфере формирования культуры здоровья. Основным условием успешности проекта является эффективное взаимодействие с партнерами – государственными и негосударственными органами.

Программа разработана в Институте возрастной физиологии Российской Академии образования, научную консультацию программе оказывает Институт питания РАМН.

Министерство образования и науки РФ в 2015 г. подготовило очередное информационное письмо для регионов, рекомендующее использование программы в рамках реализации федеральных образовательных стандартов.

Инвестиции «Нестле» в проект в период 1999-2014 гг. составили 380 млн рублей.



«Естественным путем только сорняки растут, а если мы хотим получить какой-то возделываемый сад, то за ним нужно ухаживать, его нужно поливать, удобрять, а сорняки пропалывать. Поэтому необходимо стимулировать социальное партнерство, создавая условия. Если все оставить как есть и не прикладывать никаких усилий, то ничего не будет, будут единичные примеры, но они не будут делать погоду», - утверждает преподаватель вуза (Самара).

Выводы и рекомендации

По результатам анализа данных исследования, сформированы следующие рекомендации, которые, по мнению участников проекта, будут способствовать развитию социального партнерства на разных уровнях (местном, региональном и национальном).

«Двор нашей мечты»

ГМК «Норильский никель», Дом детского творчества №1, власти и жители пгт Никель, инициативная группа общественной организации «Сотрудничество»

Автор проекта – жительница Никеля, небольшого рабочего поселка на севере Кольского полуострова, волонтер Екатерина Тонкопий. Ее идея объединить усилия жителей для развития поселка воплотилась в проекте «Двор нашей мечты», целью которого было благоустройство дворовых территорий силами самих жителей. Инициативная группа местной общественной организации «Сотрудничество» впервые приняла участие в конкурсе социальных проектов благотворительной программы «Мир новых возможностей» компании «Норильский никель».

Объединение «Сотрудничество» не было зарегистрировано как юридическое лицо, как того требовали условия конкурса, поэтому заявителем выступил поселковый Дом детского творчества №1. Общая стоимость проекта составила 11 млн руб., из них грант – более 4 млн руб. Дополнительный вклад внесли муниципалитет, организации и жители поселка. Управляющая компания МУП «Жилфонд» гарантировала установку предметов дворовой инфраструктуры. Проект «Двор нашей мечты» включал в себя четыре этапа: конкурс детских рисунков «Двор нашей мечты»; конкурс среди жителей

поселка на лучшую организацию субботника по уборке придомовой территории; конкурс обустроенных дворов, фотоконкурс и организация массовых мероприятий.

По результатам второго и третьего этапов конкурса были отобраны тридцать лучших коллективов, которым предоставили скамейки, металлические урны, ограду для палисадника. Тротуары установила управляющая компания. Четвертый этап – конкурс на самый благоустроенный двор, по итогам которого четверо победителей награждены сертификатами на установку всевозможных спортивных площадок с тренажерами.

Лучшим коллективам либо добавляли баллы за креативность, организацию дополнительных массовых мероприятий, либо списывались – за обнаруженные недостатки. Оргкомитет оценивал активность на страничке «Конкурс «Двор моей мечты» в социальных сетях. Заветные баллы добавлялись за активное участие жителей в обсуждении мероприятий, размещение фотографий, заполнение анкеты, идеи и советы. Молодежь через соцсети также вносила свой вклад в реализацию проекта и победу своих команд.

Жители домов разбили клумбы, высадили цветы и кустарники, проявили фантазию в облагораживании территорий. Результатом проекта стали не только обустроенные дворы и ценные призы – спортивные площадки, но и объединение усилий больше четверти никельчан, жителей более полусотни многоквартирных домов, и преобразующийся на глазах приграничный поселок.

Проект «Двор нашей мечты» получил широкий общественный резонанс, перерос в движение никельчан за красоту и уют, и стал визитной карточкой поселка. Был даже учрежден специальный день для таких неравнодушных жителей поселка – праздник «Дружба дворов».

Трудности. Объединение «Сотрудничество» не было зарегистрировано как юридическое лицо, как того требовали условия конкурса, поэтому заявителем выступил партнер – поселковый Дом детского творчества №1 при поддержке администрации поселка и района.



Конкурс «Двор моей мечты» в Никеле - ЭТО:

4	спортивных площадки с уличными тренажерами	
100	лавочек	
100	урн	
2000	метров ограждений для палисадников	
285	метров куб. грунта для озеленения	
2000	метров бордюров	

Участуй!
Твой двор попадет в число лучших!

Вопросы дефиниций

● Социальное партнерство – это широчайший термин, касающийся общественного взаимодействия. Необходимо отходить от понимания системы социального партнерства в России преимущественно через призму взаимоотношений «работодатель-работник». Социальное партнерство – понятие более емкое, включающее другие социальные инструменты.

● Не все участники проектов в достаточной мере понимают, в каких социальных механизмах они участвуют. Наблюдается подмена понятий, то есть зачастую пред-

ставители малого и среднего бизнеса понимают СП только как благотворительность и наоборот. По опыту работы ряда представителей неправительственных организаций СП развивается, но бизнес предпочитает вкладываться в проекты нефинансовыми ресурсами, юридическое оформление партнерств не развито, все договоренности происходят на устной основе, то есть институциональная основа СП находится в начальной стадии развития. Для решения этой проблемы необходимо создавать различные инструменты, включая фонды местных сообществ, которые занимались бы институциональным развитием СП и продвигали социальное партнерство в регионах.

«Город на колесах»

«ГМК «Норильский никель» и ДОСААФ России Таймырского Долгано-Ненецкого муниципального района при участии комиссии по безопасности дорожного движения, управления образования, управления по делам молодежи, семейной политике и спорту, отдела ГИБДД ОМВД России, Общественного совета при ОМВД России по ТДНР и др.

Проект представляет собой центр непрерывного обучения детей и подростков правилам дорожного движения, а также повышения правовой грамотности и культуры безопасного поведения на дорогах взрослого населения. «Город на колесах» – победитель конкурса социальных проектов благотворительной программы «Мир новых возможностей» ПАО «ГМК «Норильский никель» – получил грант в размере 5 млн руб., софинансирование составило более 2,4 млн руб.

Изучив статистику дорожно-транспортных происшествий в регионе, в том числе с участием несовершеннолетних (за год количество ДТП возросло на 15,7%), организаторы проекта пришли к выводу, что без внедрения культуры поведения на дорогах с закреплением навыков на практике, с погружением в реальную среду, полноценная профилактика травматизма невозможна.

Благодаря общественной инициативе в Дудинке появился автогородок площадью около 600 кв. м, обустроенный светофорами, слэббаумами, дорожными знаками, пешеходными переходами, проезжей

частью и тротуарами. Для автогородка закуплены электро- и велосипеды, картинги. Автогородок расположен под открытым небом, что позволяет получать и отрабатывать на практике навыки безопасного поведения в реалиях неблагоприятных условий северных дорог.

Строительство автогородка заняло несколько больше времени, чем планировалось: из-за погодных условий возникли проблемы со сроками доставки строительных материалов в отдаленный северный регион, но благодаря слаженной работе партнеров проект был успешно реализован.

Сейчас в «Городе на колесах» регулярно проводятся занятия в игровой форме, конкурсы и соревнования. Для воспитанников социальных учреждений дорожные полицейские Таймыра совместно с ДОСААФ и молодежным центром организовали соревнования «Двойной форсаж», победители которого получили не только грамоты, медали и призы, но и навыки безопасного поведения на дорогах. За время реализации проекта более 150 школьников с 1 по 11 классы прошли обучение автогородке.

В июне для одиннадцати женщин-водителей прошел конкурс «Автоледи», в ходе подготовки к которому с помощью инструкторов автошколы участницы не только освежили в памяти знания правил дорожного движения, но и улучшили свои навыки вождения.

Таким образом, реализация проекта «Город на колесах» не только внесла новизну в привычные методы обучения населения правилам безопасного поведения на дорогах и повысила их эффективность, но также дала возможность для долговременного сотрудничества различных структур региона в области развития культуры участников дорожного движения и формирования их гражданской ответственности.

Сложности. Поскольку ДОСААФ давно и успешно взаимодействует с администрацией ТМР и Дудинки, ГИБДД и ОМВД и прочими организациями, возникающие в ходе реализации проекта вопросы решались в оперативном порядке. Представители власти, проводя системную работу по профилактике детского дорожно-транспортного травматизма, хорошо осознавали актуальность проекта и оказывали содействие в его реализации.



- Отмечалось, что в отличие от практики СП на Западе, где проекты складываются на позитивных эмоциях, у нас в стране более активно используют сочувствие, отсюда перекося в сторону проектов, связанных с обездоленными или больными детьми/ветеранами. Важно формировать моду на социальное партнерство, которое со временем должно стать стандартом общественной жизни и работать на развитие общества в целом.

- Эксперты отмечали, что, к сожалению, локальный подъем социального партнерства невозможен без серьезных изменений в экономической политике государства. Перспектива у социального партнерства появится только при институциональной поддержке НКО и создании условий для мотивирования бизнеса. СП через привлечение неправительственного сектора к выработке и принятию управленческих решений способствует созданию гармоничного общества.

- Зарубежный опыт показывает, что СП приносит выгоды всем участникам процесса, позволяет детализировать проблемы и, соответственно, более качественно их решать вне зависимости от состояния экономики и наличия или отсутствия кризиса. Это неизбежный путь в построении социального государства и именно по этому пути должна идти наша страна.

О необходимости информационного сопровождения

- Структурированной информации по данной теме не достаточно, она эклектична, специализированных библиотек, в том числе электронных, нет (во всяком случае, эксперты не знают о таковых). Одним из эффективных информационных каналов о СП мог бы стать специализированный сайт, куда стекалась бы вся информация на эту тему и регулярно делались интернет-рассылки, в том числе в СМИ и бизнес-структуры.

- В качестве проблем информационного сопровождения СП эксперты обозначили также недостаточный уровень понимания и погружения в социальную тематику СМИ, а также общий недостаточно высокий уровень подготовки кадров в журналистике, обращалось внимание на отход от литературного русского языка и неоправданное насыщение материалов сленгом. Целесообразно при подготовке журналистов предусмотреть курс по данной социальной тематике.

- НКО не уделяют необходимого внимания информационному сопровождению проектов, не дают должного количества интересных материалов, которые могли бы стать реальными информационными поводами для журналистов. Информационные тренды

«Двигайся!»

PepsiCo Россия и Фонд детского спорта

«Двигайся!» – проект компании PepsiCo по повышению мотивации сотрудников к занятиям спортом и поддержанию здорового образа жизни путем вовлечения сотрудников в социально значимый проект, направленный на развитие спортивных секций в детских домах и школах-интернатах.

Проект «Двигайся!» состоит из двух этапов. Этап 1 «Фандрайзинговый» (декабрь 2014 г. – апрель 2015 г.). Сотрудники PepsiCo ведут активный образ жизни, посещая спортивные и тренажерные залы, участвуя в массовых спортивных мероприятиях или ведя подвижный образ жизни. Каждый день сотрудники делятся своими спортивными результатами и достижениями на странице проекта на внутреннем портале компании, указывая дату занятий, количество часов, затраченных на физическую активность, делясь фотографиями с тренировок. Каждый час, потраченный на спорт, переводит-

ся в 10 рублей. Сумма агрегируется на странице проекта, чтобы каждый мог отслеживать ход проекта.

Этап 2 «Благотворительный» (май – октябрь 2015 г.). Передача собранных средств на программу «Доступный спорт» Фонда детского спорта. Программа «Доступный спорт» призвана помогать детям в домах-интернатах получать равные возможности для занятий спортом, что способствует их социальной адаптации в будущем путем обеспечения спортивным оборудованием и инвентарем через сбор пожертвований.

Как правило, работа проводится с учреждениями, располагающимися в ключевых регионах, где размещаются производственные предприятия компании PepsiCo. Работа с детскими учреждениями заключается в определении потребностей детского дома/интерната в соответствии с их пожеланиями по тому, какую спортивную секцию они хотят у себя поддержать.

В мае и сентябре происходит передача спортивного инвентаря и организация спортивных мастер-классов для детей с участием профессиональных спортсменов/тренеров и волонтеров компании PepsiCo.

Сложности. В ходе реализации проекта выяснилось, что первоначальный энтузиазм сотрудников угасает по истечении некоторого времени, и только самая небольшая часть сотрудников является постоянным активом, регулярными участниками проекта, пользователями портала. Еще один риск – невозможность собрать первоначально заявленную сумму. Способ решения. Использование различных инструментов вовлечения: корпоративные мероприятия (забеги, дни здоровья в офисах компании), а также удвоение компаний собранной сотрудниками суммы.



формируют политическая и экономическая ситуация в стране, внешнеполитическая обстановка. Задача НКО – вписать актуальную тематику в общую повестку дня, сделать ее интересной для всех секторов. Для этого необходимо проводить обучающие мероприятия для сотрудников НКО, обеспечивающих информационное сопровождение проектной деятельности.

- Было также высказано предложение о создании координирующей структуры по распространению информации о социальном партнерстве на уровне регионов. Именно такая структура, содержащая в себе, в том числе и биржу (инкубатор) идей, может обеспечить рекламу проектов на начальных стадиях, собрать группу единомышленников.

- Наиболее эффективным каналом были названы социальные сети. По мнению экспертов это максимально широкая аудитория, которая вбирает в себя представителей государства, бизнеса, неправительственного сектора, активных людей. В ситуации кризиса и свертывания других видов коммуникаций в виде печатных и электронных СМИ, социальные сети – наименее дорогостоящий способ информирования целе-

вой аудитории о проектах социального партнерства. Важно призывать представителей НКО активно пользоваться социальными сетями при сопровождении проектной деятельности в СП.

- Отдельно отмечали необходимость обеспечения всех участников и населения правдивой информацией, недопущение формирования завышенных ожиданий, не подкрепленных реалиями. Как предложение звучали высказывания о необходимости проведения исследований о потребностях каждого из секторов в социальном партнерстве, что помогло бы им понять мотивацию друг друга.

- Представителям органов государственной власти необходимо активно продвигать социальное партнерство и рассказывать обо всем положительном, что уже сделано. Делать это надо через СМИ и в то время, когда основные потенциальные социальные группы участников этих проектов доступны для информационных ресурсов. Поэтому информационная поддержка, мотивация и стимулирование со стороны власти – реальная помощь в продвижении социального партнерства. Правильным способом привлечения к тематике

«Дорога домой»

Дирекция железнодорожных вокзалов – филиал ОАО «РЖД» и БФ «Расправь крылья» при поддержке СРЦ «Красносельский», БФ «Найди меня, мама!», православной службы «Милосердие», некоммерческой организации Samusocial Moskva и др.

На железнодорожных вокзалах Москвы регулярно несовершеннолетние дети, а также семьи с несовершеннолетними детьми, находясь в пути, в силу объективных или субъективных причин, оказываются в социально опасном положении и нуждаются в срочной помощи.

Государственные социальные службы помогают только детям, при условии разделения семьи (временное изъятие детей из семьи), но не оказывают помощь семье в целом.

Проект «Дорога домой» направлен на оказание срочной социальной помощи несовершеннолетним детям и семьям с несовершеннолетними детьми, оказавшимся в социально опасном положении на железнодорожных вокзалах. Проект осуществляется в рамках благотворительной программы «Помощь детям, оказавшимся в трудной жизненной ситуации».

Целью проекта является создание на территории железнодорожных вокзалов Москвы службы для оказания срочной социальной помощи несовершеннолетним детям и семьям с несовершеннолетними детьми, находящимся в пути.

Деятельность фонда осуществляется на территории Казанского, Ярославского, Ленинградского, (с октября 2013 г.) Белорусского, (с февраля 2014 г.) Киевского, Павелецкого, Курского железнодорожных вокзалов в круглосуточном режиме.

Срочная социальная помощь оказывается всем заявителям, без учета приоритетов национальности, вероисповедания, места проживания, находящимся на территории железнодорожных вокзалов Москвы.

В рамках проекта предлагают следующие виды помощи:

- передача несовершеннолетних законным представителям;

- бесплатное горячее питание или продуктовый набор;
- оказание материальной помощи: приобретение билетов к месту проживания, приобретение продуктового набора в дорогу;
- приобретение предметов первой необходимости для ребенка;
- предоставление услуг связи;
- предоставление помещения для временного проживания/пребывания;
- оказание социально-консультативной помощи;
- оказание психологической помощи;
- проводы и посадка в поезд;
- содействие в приобретении билетов и использовании брони.

Всего за 2014 г. 535 детей получили помощь, из них – 335 семей с детьми в социально опасном положении и 44 несовершеннолетних безнадзорных.



социального партнерства и вовлечения в проекты чиновники считают демонстрацию успешных проектов не только регионального, но и национального уровня.

- Не считать интервью и комментарии представителей компаний по вопросам социальной ответственности бизнеса и социального партнерства рекламными материалами. Рекомендовать электронным и печатным СМИ с целью повышения доверия к КСО как к одному из источников социальной стабильности в обществе, упоминать в материалах о благотворительности и СП, а также в интервью и комментариях экспертов, полные наименования компаний.

- Рекомендовать заинтересованным компаниям, органам государственного управления всех уровней, организациям гражданского общества и СМИ активнее использовать имеющийся позитивный опыт и экспертный потенциал для повышения осведомленности общества о социальном партнерстве на федеральном и региональном уровнях.

О вопросах финансирования

- В ситуации экономического кризиса, внешнего давления, обусловленного геополитическими пробле-

«Региональный конвейер молодежных проектов Пермского края»

Экспертная группа по государственной молодежной политике Общественного совета при Министерстве культуры Пермского края, Центр социально-гуманитарных технологий, консультационных услуг, молодежных проектов и программ «Молодежный эксперт» Пермского края

В 2013 г. впервые состоялся молодежный форум Приволжского федерального округа «iВолга», в котором каждый регион округа должен был представить определенное квотой количество участников в нескольких сменах-направлениях. Орган исполнительной власти испытал ощутимые сложности в формировании состава первой молодежной делегации: вместо 90 квотированных участников в автобус, следующий в Самарскую область, сели 56 человек.

По итогам работы форума 15 активных участников делегации края заявляют на встрече министру культуры и Главному федеральному инспектору по Пермскому краю о своей готовности разработать модель подготовки и формирования делегаций для участия в молодежном форуме ПФО «iВолга». В итоге молодежь, представив проект такой платформы, получает заказ министерства культуры, молодежной политики и массовых коммуникаций Пермского края на реализацию.

Прошло время, а в Пермском крае Региональный конвейер молодежных проектов уже стал регулярным. Его работа построена на инициа-

тиве молодых проектных лидеров, приглашенных экспертов по 10 направлениям: «Беги за мной»; «Команда 2018»; «Технология добра»; «Информационный поток»; «Арт-квадрат»; «Зворыкинский проект» (Инновации и техническое творчество); «Ты предприниматель»; «Молодежное самоуправление» (Политика); «Быть патриотом»; «Пермский край – наши возможности» («Малая Родина – большие возможности»). Эксперты представляют органы власти, бизнес-сообщества, общественные организации.

На платформе РКМП складывается кооперация сразу нескольких проектов по вовлечению молодежи в изобретательство, предпринимательскую, инновационную, добровольческую деятельность. Это реализовано через размещение информации в группе РКМП (<http://vk.com/molodproekt>) о возможностях, конкурсах, программах, форумах и т.п. событиях по ключевому направлению деятельности РКМП – вовлечение молодежи в развитие территорий Пермского края и региона на основе выявления, развития, сопровождения и реализации ее проектных инициатив. Таким образом,

РКМП как информационная платформа работает уже не только в сезон подготовки и формирования делегаций края, но в остальные периоды.

Основные трудности связаны с позиционированием молодежной команды перед экспертами, пробивание стены под названием «конкуренция в некоммерческом секторе» и «имитация деятельности «молодежников» в муниципалитетах» (не передававших информацию в молодежные активы, для отчетности регистрировавших «своих» участников, которые не были осведомлены о своем участии, или отказывались от дальнейшего участия в проекте, или от участия в составе делегации даже на этапе посадки в автобус). Их преодоление оказалось возможным только благодаря настойчивости молодежной дирекции РКМП, поддержке отдела молодежной политики Пермского края и партнерству с краевым радио, с краевой библиотекой, с расширением в горизонтальной плоскости контактной сети молодежи Пермского края, прежде всего, между активистами территорий региона.



мами, целесообразно развивать систему предоставления грантов и целевого субсидирования проектной деятельности некоммерческих организаций, имеющих реальный потенциал в эффективном решении социальных проблем.

- Тематика социального партнерства модерируется властью путем финансирования отдельных проектов и распределения финансовых средств в виде грантов.

Эти проекты не всегда совпадают с текущей, а порой и острой повесткой дня. Часто такие проекты ситуативны и лишь формально затрагивают широкий круг участников. Необходимо повышать прозрачность финансирования проектов СП со стороны государства.

- Предлагая субсидирование в виде грантов, государство практически не видит реализацию СП через участие НКО и бизнеса в госконтрактах. Однако такая

«Женское здоровье»

«Металлоинвест», Российский онкологический научный центр им. Н. Н. Блохина (РОНЦ), благотворительный фонд «Национальный Фонд Поддержки Здоровья Женщин»

Программа «Женское здоровье» инициирована компанией «Металлоинвест» и с 2011 г. реализуется в рамках Соглашения о социально-экономическом партнерстве с администрациями города Железногорск и Курской области.

Цель – совершенствование комплексной системы профилактики и ранней диагностики заболеваемости раком молочной железы, снижение смертности и высокой инвалидизации женщин, профилактика сиротства.

На момент старта программы в Курской области рак молочной железы занимал третье место среди всех онкологических заболеваний и первое место среди онкологических заболеваний у женщин, а уровень смертности женщин от этого заболевания был выше среднероссийского.

По инициативе компании «Металлоинвест» эксперты БФ «Национальный Фонд Поддержки Здоровья Женщин» провели онкологический аудит, к которому были привлечены специалисты РОНЦ им. Блохина. В результате было выявлено, что рак молочной железы является одной из наиболее значимых социальных проблем в Курской области и Железногорске, где находится одно из ключевых предприятий компании ОАО «Михайловский ГОК».

Позднее выявление онкозаболеваний было обусловлено, в частности, отсутствием диагностического оборудования, дефицитом квалифицированных кадров, недостаточной информированностью целевых групп населения о необходимости прохождения регулярных обследований.

Перед экспертами фонда была поставлена задача разработать комплекс мер для решения проблемы в соответствии с международными стандартами. В целях координации взаимодействия всех заинтересованных сторон был создан Совет программы, куда вошли представители всех партнеров.

В период с 2011 по 2015 гг. в регионе благодаря программе произошли следующие изменения:

1. Проведена реконструкция и оснащение современным оборудованием Курского областного онкологического диспансера и его филиала в Железногорске, а также оснащение современным оборудованием городской больницы №1 Железногорска.

2. Впервые в России разработана и внедрена технология дистанционного скрининга рака груди, объединившая курский областной онкологический центр, железногорскую городскую больницу №1 и ФГБНУ РОНЦ им. Н.Н. Блохина. Работа кабинетов маммографии полностью стандартизирована; внедрена система дистанционной оценки качества работы врача и лаборанта по международным стандартам; эксперты РОНЦ им. Н.Н. Блохина для обучения и оценки качества работы местных специалистов провели 3200 вторых независимых просмотров маммограмм. В результате количество раков, выявленных на самых ранних стадиях (менее 0,5 см), выросло в два раза.

3. Ведется непрерывное повышение квалификации местных медицинских специалистов. В том числе и через созданную интернет-платформу для дистанци-

онного самообучения врачей-лучевых диагностов, включающую современные знания о скрининге и диагностике рака груди.

4. Внедрена система онкопсихологической помощи.

5. На постоянной основе проводятся Дни открытых дверей в медучреждениях, горячие линии в местных СМИ, размещается социальная реклама на ТВ и в медучреждениях.

Предварительные результаты программы:

- Уровень раннего выявления рака груди вырос с 60,7 % (2011г.) до 77,6% (2014г.) и значительно превысил общероссийский.
- Уровень смертности в течение первого года после постановки диагноза стал ниже общероссийского показателя 6,3% против 7,4%.
- В Курске и Железногорске создана инфраструктура для комплексной профилактики рака, соответствующая международным стандартам.
- Создан центр психологической реабилитации для женщин в Железногорске.
- Создана отечественная инновационная технология для дистанционного скрининга рака (импортозамещение), которая может быть тиражирована в любой регион РФ.



форма реализации СП могла бы значительно продвигать решение социальных проблем, и возможно части из них – на превентивном уровне.

● Отсутствие информации о проекте является критерием его недостаточной эффективности, а при получении нового гранта должна производиться оценка организации: насколько она публична, открыта, насколько она присутствует в медийном пространстве. Только после этого должно приниматься решение о предоставлении следующего гранта.

● Отчетность некоммерческих организаций перед налоговыми органами чрезмерна и запутанна. Она направлена не на создание благоприятных условий, помощь, а на то, чтобы поймать порой мнимого нарушителя. Информация в отчетах дублируется, унификации и обмена между фискальными органами нет, в связи с чем количество отчетов в бумажной форме занимает большое количество рабочего времени, хотя всю информацию можно быстрее получить в электронном виде.

Корсаковский партнерский совет по устойчивому развитию

«Сахалин Энерджи», администрация Корсаковского городского округа, представители общественности

Корсаковский партнерский совет по устойчивому развитию является примером того, как общественность, бизнес и власть могут действовать сообща для решения социальных проблем территории.

В 2003 г., когда начались работы по строительству первого в России завода по производству сжиженного природного газа и терминала отгрузки нефти, компанией была запущена Программа устойчивого развития и социальных инвестиций в Корсаковском городском округе. В рамках программы компанией был профинансирован ряд социальных проектов. Однако, далеко не все инициативы находили поддержку населения. На общественных встречах выражалось недовольство неэффективным, по мнению жителей, расходованием средств. Сложившаяся ситуация требовала создания инструмента, который бы обеспечивал открытость и учитывал потребности всех заинтересованных сторон. Понимая обеспокоенность населения и проанализировав ситуацию, компания привлекла общественность к принятию решений о финансировании социальных проектов. Таким образом, в 2004 г. был создан Корсаковский партнерский совет по устойчивому развитию – эффективный, прозрачный и удовлетворяющий все заинтересованные стороны механизм для реализации социальных про-

грамм. В первоначальный состав Совета входил 21 человек, представляющий все сектора общества (бизнес, власть, НКО/активные граждане).

Цель – укрепление репутации компании; организация эффективного взаимодействия с населением и органами власти Корсаковского района и устойчивое развитие территории, где осуществляется деятельность компании.

Изначально срок деятельности Совета определялся периодом строительной фазы проекта «Сахалин-2» – 2004-2009 гг. Однако, в 2009 г. все стороны признали работу Совета эффективной, и было принято решение о продолжении его деятельности. Для анализа накопленного опыта и разработки рекомендаций по повышению эффективности работы Совета в 2010 г. были приглашены эксперты программы развития ООН в России. По их рекомендациям состав Совета сократился до 9 человек – по три представителя компании, администрации и общественности района. Одинаковое количество представителей каждого сектора обеспечивает баланс интересов и ожиданий всех жителей района.

В июне 2010 г. обновленный Корсаковский совет начал свою работу, следуя сложившимся традициям партнерства и лучшим международным практикам. С 2010 г. по настоящее время структура Совета не

менялась. Программа устойчивого развития и социальных инвестиций реализуется трехгодичными фазами, что обеспечивает стабильность работы Совета и возможность внесения своевременных изменений. Распределение финансирования в рамках программы проходит на основе конкурсного механизма. Конкурс проходит по двум направлениям: краткосрочные проекты «Инициативы Корсакова» (размер финансирования до 100 тыс. руб.); и долгосрочные партнерские проекты (размер финансирования до 500 тыс. руб.).

С ноября 2011 г. защита проектов конкурса «Инициативы Корсакова» проходит публично в формате «Ярмарки проектов». Члены Совета осуществляют предварительную оценку проектов, а решение о финансировании принимают жители района. Данный механизм обеспечивает еще большую открытость при принятии решений.

Результаты:

- создан механизм, который объединяет власть, бизнес и общественность для решения социальных проблем территории;
- обеспечена прозрачность при принятии решений о финансировании социально значимых проектов;
- с 2004 года финансовую поддержку получили 154 проекта на общую сумму более 92 млн рублей.



О роли акторов

● Государство должно брать на себя ведущую роль, стремясь не только обеспечить определенные потребности общества, но и создавая предпосылки для того, чтобы другие секторы, в первую очередь – бизнес, занимались СП. То есть государство, как регулятор, должно организовать процесс и разумно регламентировать его, сформировать среду для социального партнерства.

● Относительно госсектора и от представителей бизнес-сообщества, и от НКО были высказаны претензии по поводу малой инициативности чиновников, отвечающих за реализацию проектов в рамках социального партнерства. Эксперты отмечали высокую зависимость социального партнерства от человеческого фактора. Важно, чтобы представители органов государственной власти имели опыт взаимодействия с неправительственным сектором (НКО и бизнес-структурами), целесообразно, чтобы чиновники, работающие

«Добрый Дедушка Мороз» (Н. Новгород)

Семейный центр «Лада», ОАО «Нижфарм», НАННО «Служение», волонтерское движение «Милосердие», Министерство социальной политики Нижегородской области

НООО «Семейный центр «Лада» с 1984 г. реализует комплексную программу «Осознанное родительство». Целевая группа проекта «Добрый Дедушка Мороз» – семьи с детьми с тяжелой степенью ограничений. В Нижнем Новгороде проживает приблизительно 300 семей, воспитывающих детей с тяжелыми формами ОВЗ. Они практически не выходят из дома, им необходим постоянный уход. Иногда такие семьи находятся в состоянии полной изоляции от общества, являются группой повышенной эмоциональной и психологической напряженности.

Часто дети с тяжелыми формами ОВЗ не посещают никакие мероприятия. Родителям трудно вывезти ребенка куда-либо, мешают психологические барьеры и материальные трудности. Зачастую родители даже не могут получить подарки, положенные детям, так как им не с кем оставить ребенка.

В 2005 г. у центра родилась идея поздравить некоторых детей с тяжелыми формами ОВЗ на дому. Доброволец-родитель, посещающий центр «Лада» в костюме Деда Мороза, поздравил 4-х детей, вручил им подарки, купленные на привлеченные средства. В 2006 и 2007 гг. акция повторилась. Увеличилось количество волонтеров и число поздравляемых детей (60 человек

в 2007 г.). Опыт, полученный в процессе реализации этих акций, позволил сделать следующие выводы: волонтеров необходимо обучать игровым технологиям и особенностям общения с целевой группой; родителей детей-инвалидов необходимо готовить и ориентировать на активное участие в проекте; необходимо привлекать средства на подарки для всех детей в семье.

Было выявлено, что проблема изолированности семей, воспитывающих детей-инвалидов стоит очень остро; есть положительная динамика в отношении родителей к акции (2005г. – испуг и настороженность; 2006 г. и 2007 г. – заинтересованность и благодарность); некоторые 16-летние дети первый раз в жизни увидели Деда Мороза; у родителей есть желание прервать замкнутый образ жизни, получить консультации психолога, логопеда, педагога и др.

Из всех проблем, с которыми сталкиваются подопечные семьи, проблема их отчужденности ставится нами на первое место. Трудно было преодолевать психологические барьеры: родители поздравляемых детей относились к акции с недоверием, а люди, никогда не сталкивающиеся с инвалидностью, сначала испытывали шок, но ни один из добровольцев не отказался от дальнейшего сотрудничества.

Благодаря конкурсу социальных проектов Общественной палаты РФ при партнерстве с НАННО «Служение» и волонтерским движением «Милосердие» центр «Лада» организовал «Школу Дедов Морозов», в которой обучились 30 волонтеров. Поздравление прошло с 7 по 18 января, когда на Руси празднуют Святки и навещают всех нуждающихся в поддержке и внимании. В результате центр поздравил 65 семей в трех районах города.

Проект «Добрый Дедушка Мороз» существует и развивается. Отработаны и внедрены механизмы, позволяющие обеспечить подопечных вниманием и поддержкой и сформировать группу добровольцев. Партнерство с момента его основания остается стабильным в течение 8 лет. В 2007 г. к партнерам присоединилось ОАО «Нижфарм». Этот бизнес-партнер не только предоставляет транспорт и подарки, но и привлекает своих сотрудников для обучения в «Школе Дедов Морозов» и поздравления детей-инвалидов на дому.

Министерство социальной политики Нижегородской области оказывает информационную поддержку, обеспечивает связь с целевой группой – семьями, воспитывающими детей с ОВЗ.



по данной тематике, имели опыт проектной деятельности в НКО и проектах СП.

● Участники исследования высказали пожелания, что органы государственной власти работают по принципу минимального выполнения набора функций – от плана, до отчета. Зачастую наблюдается абсолютное неприятие какой-либо интеллектуальной деятельности, особенно на уровне муниципалитетов. Государство должно осознать, что от некоммерческого сектора оно может получить большое количество здоровых и вполне реализуемых идей для своего развития, для выполнения своих государственных функций.

● Нежелательными являются проекты, которые могут привести к какому-либо напряжению в социуме. Они не попадают в какой-либо специальный «черный список», но неформальным образом отбраковываются самим сообществом. Участники проектов СП пекутся не только о своем имидже, но и понимают риски такого рода проектов для места своего проживания, его будущего и взаимоотношений между людьми. Важно деликатно поддерживать подобную самоцензуру.

● Представители НКО предлагали продвигать тематику, проектный опыт и самих участников на специализированных мероприятиях, которые должны регулярно

Восстановление здания детского приюта в Москве: от частной инициативы к социальному партнерству с городом

Подворье Патриарха Московского и всея Руси храмов Николо-Перервинского монастыря Москвы, ЗАО «Сити-XXI век» (ГК «Новард»), БФ социальной поддержки и помощи населению «Неопалимая Купина», Правительство Москвы

7 лет (2005 – 2012 гг.) потребовалось девелоперской компании «Сити-XXI век», чтобы построить на месте разрушенного детского приюта новое просветительское учреждение – Духовно-социальный центр с православной гимназией при Подворье Патриарха Московского и всея Руси храмов Николо-Перервинского монастыря. Самой сложной задачей проекта было изыскание ресурсов и обеспечение непрерывности процесса восстановления и строительства здания.

Замысел проекта состоял в создании условий для социальной адаптации и полноценного образования детей, оказавшихся в сложной жизненной ситуации, детей-сирот, детей-инвалидов на колясках и возрождении принципов классического православного образования с опорой на традиции и инклюзивный подход.

Задачи – обоснование необходимости и социальной значимости проекта для города; изыскание необходимых денежных средств; воссоздание старого здания детского приюта и строительство нового образовательного комплекса; бережное строительство с сохранением старинных фасадов и исторического облика здания в целом.

Владение принадлежит Николо-Перервинскому монастырю. Идея осуществить строительство родилась при обсуждении вопроса с Андреем Илиопуло, президентом ГК «Новард». На первом этапе проект осуществлялся непосредственно на средства Группы компаний, затем небольшая сумма была получена от города. Потом административная поддержка закончилась. Был создан БФ «Неопалимая Купина», собранные средства которого уходили на строительство.

Новое Правительство Москвы выделило значительную субсидию, которая и позволила завершить проект. В течение 2012-2013 гг. велась интенсивная реставрация здания с сохранением исторических фасадов, благодаря чему приют сегодня выглядит так же, как и столетие назад, и является архитектурным украшением района Печатники. А задача создать условия для социальной адаптации и полноценного образования детей, оказавшихся в сложной жизненной ситуации, детей-сирот, детей-инвалидов на колясках, возродить принципы классического православного образования с опорой на традиции и инклюзивный подход с успехом выполнена.

1 сентября 2013 г. Духовно-социальный центр, состоящий из жилого корпуса, социально-реабилитационного центра «Неопалимая Купина» и общеобразовательной православной гимназии им. митрополита Платона (Левшина), открылся.

Образование в гимназии, рассчитанной на 200 человек, ведется по государственному образовательным программам в сочетании с дополнительными дисциплинами. В свободное время гимназисты посещают различные творческие и научные студии, занимаются хореографией, участвуют в туристических походах, балах, спектаклях и других мероприятиях.

Сложности. Поскольку сама идея проекта возникла «снизу» и являлась частной инициативой одного из благодетелей монастыря, процесс согласования и изыскания необходимых для строительства денежных средств занял много времени. Самым простым было получить поддержку Николо-Перервинского монастыря и обеспечить проект «рабочими руками», имея в составе группы компаний профессионального девелопера. Полностью реализовать проект смогли лишь общими усилиями через частно-государственное партнерство.



(не реже одного раза в год) проходить под патронажем региональной власти. На данных мероприятиях важно представлять лучшие практики социального партнерства, отчетливо понимать плюсы и минусы участия всех сторон. Возможно также создание и оглашение на данном статусном мероприятии некоего рейтинга успешных проектов и организаций, являющихся лидерами развития социального партнерства в регионе.

- Активнее создавать партнерские форумы как площадку для коммуникаций и обмена идеями и новыми технологиями. Развивать такие механизмы как ФМС, агентства городского развития и другие как реально действующие форматы, источниками финансирования которых являются разные стороны, и которые направлены на решение определенной социальной задачи.

- В качестве пожелания зафиксировано предложение по созданию в рамках социального проектирования института специалистов в области public relations, который должен работать над созданием положительного имиджа организаций и сотрудников, проектов с их участием и тематики социального партнерства в целом.

- Некоммерческий сектор – это сторона, способная оценивать действия органов власти и бизнеса. Именно третий сектор, являясь потребителем товаров и услуг бизнеса и работы органов власти, в конечном итоге, ощущает на себе результаты их деятельности. Все это влияет на социальную сферу, ее развитие, удовлетворенность существующими отношениями между обществом и властью. Необходимо налаживать обратную связь от неправительственного сектора органам государственной власти в виде конкретных рекомендаций, в том числе в отношении институционализации взаимодействия государства с НКО, бизнесом и местным сообществом.

- Сфера социального партнерства будет развиваться только в том случае, если будут проводиться обучающие мероприятия для участников социального проектирования. При этом особое внимание необходимо уделять молодым /новым НКО.

- Выращивать социальное партнерство как явления общественной жизни через информационную поддержку, обучению менеджменту в некоммерческой

«Пост – лучшее время для добрых дел»

Фонд продовольствия «Русь», компания «Келлогг Рус», региональные некоммерческие организации

В течение трех месяцев фонд продовольствия «Русь» распределил среди семей, попавших в трудную жизненную ситуацию, 151 миллион килограммов продукции «Любятово». Передачи прошли в 136 населенных пунктах в 11 регионах РФ.

В торговых сетях по всей России во время Великого поста в 2015 г. продавались постные продукты марки «Любятово» с маркировкой акции: «Вы можете помочь подарить 5 миллионов завтраков». С каждой купленной пачки компания «КеллоггРус» жертвовала в фонд продовольствия «Русь» сухие завтраки, фонд, в свою очередь, развозил завтраки по предварительно согласованным пунктам раздачи в 11 регионах, после чего некоммерческие организации, ответственные за раздачу продукции, приглашали мало-

обеспеченные семьи для получения помощи. При подготовке к старту акции фонд разработал технологию реализации акции, которую компания «КеллоггРус» разместила на этикетках продукции и использовала в рекламе своей продукции на ТВ. Это позволило объяснить покупателям суть благотворительной акции и оценить эффективность ее реализации. До старта акции фонд продовольствия «Русь» запрашивал у всех региональных партнеров истории семей для размещения на информационных ресурсах акции.

Сложности. Семьи должны были подписать соглашение об использовании персональных данных, что вызвало со стороны многих семей непонимание. Многие стеснялись публично заявить о своей нужде. Удалось получить

согласие лишь некоторого количества семей, что существенно усложнило процесс публичной отчетности по акции. В связи с тем, что в акции участвовало большое количество благотворительных фондов, социальных служб, приходов Русской Православной церкви, фонду продовольствия «Русь» было непросто обеспечить полный контроль за информированием общественности. При подготовке к акции были выработаны официальные формулировки для СМИ, которые периодически нарушались в регионах раздачи помощи. Несмотря на некоторые сложности в реализации столь масштабного проекта в короткие сроки, результаты оправдали ожидания и помощь получили более 30 тысяч семей по всей стране.



сфере деятельности, навыкам фандрайзинга, связей с общественностью, особое внимание при этом уделять обучению чиновников.

- Моральная поддержка со стороны власти участников социального партнерства с демонстрацией важности данного вида совместной деятельности на благо общества была отмечена в качестве одной из основных составляющих в вовлечении участников в социальное партнерство.

- Для бизнеса также важно предлагать различные варианты социальных проектов, чтобы он нашел что-то подходящее для себя и начал более активную деятельность. У нас не все представители бизнес-структур занимаются социальным партнерством, потому что они еще не нашли свой проект. Но если оставить все на самотек, то они могут никогда его и не найти. В любом случае, предлагать, рассказывать, показывать то, что есть на данный момент, то, что есть в потенциале. Только дополнительная информация и освещение того, что происходит сейчас и может происходить в ближайшем будущем, может усилить совместную деятельность со стороны бизнес-партнеров.

- СП – эволюционный процесс, потому что как только начинается искусственное подстегивание, стимуляция участников социального партнерства, как правило, получается искусственное сотрудничество, искусственные договоры, а искусственное стимулирование, это фактически давление. Все потенциальные стороны социального партнерства должны понимать взаимную выгоду от этого сотрудничества, но, как показывает практика, инициатива в данной сфере более успешна снизу, учитывая уровень незнания чиновниками технологий партнерства и заинтересованности в его развитии.

- Руководителям государственных и бизнес-структур важно участвовать в проектах и личным примером демонстрировать их значимость.

- Наиболее важным для устранения недоверия общества к социальному партнерству является все, что связано с открытостью и устранением межсекторного недоверия, а повышение эффективности проектной деятельности и разработка механизмов развития этой сферы пока даже для экспертов исследования, имеющих опыт личного участия в проектах, не входят в приоритеты. Необходимо менять такое состояние дел.

Европейская неделя реабилитации и культуры для слепоглухих людей

Фонд «Со-единение» при поддержке компании «Северсталь», Правительства Московской области, Всероссийского общества слепых (ВОС) и Общества социальной поддержки слепоглухих «Эльвира»

С 3 по 9 августа 2015 г. в Москве и Подмосковье впервые в России прошла Европейская неделя реабилитации и культуры для слепоглухих людей (European Rehabilitation And Cultural Week Of The Deafblind People (ERCW)). Россия впервые в истории получила право провести столь крупное международное мероприятие для людей с одновременным нарушением слуха и зрения. ERCW проводится ежегодно, начиная с 1997 г., ее хозяйками за это время успели побывать Франция, Германия, Бельгия, Швейцария и др.

В этом году участники познакомились с традициями и культурой России с древних времен до современности. Особое внимание уделено местам и достопримечательностям, связанным с проблемой слепоглухоты.

Гости смогли побывать на

многочисленных экскурсиях по Москве и Подмосковью, посетили учебные и реабилитационные центры для людей с одновременным нарушением слуха и зрения, посмотрели спектакль с участием слепоглухих и зрячелышащих актеров «Прикасаемые», приняли участие в торжественном ужине и т. д. Все мероприятия недели сопровождаются как обычным, так и тифлосурдопереводом.

Гостями Европейской недели стали более 200 слепоглухих людей из 12 стран: Бельгии, Великобритании, Дании, Финляндии, Германии, Венгрии, Италии, Норвегии, Швейцарии, Швеции, Казахстана, и, конечно, России.

В одном из загородных отелей Новой Купавны в Московской области 3 августа прошло открытие организуемой фондом поддержки слепоглухих «Со-единение» Евро-

пейской недели. Президент фонда наградил победителей литературного конкурса среди людей с одновременным нарушением слуха и зрения «Мы в этот мир пришли, дорог не выбирая». Призерам, которые получили возможность участвовать в Европейской неделе, вручили ноутбуки, планшеты и смартфоны.

Однако, проводя международное мероприятие, фонд также столкнулся с некоторыми *трудностями*: к сожалению, музеи Москвы и Подмосковья еще не приспособлены для людей с одновременным нарушением зрения и слуха. Совместно с работниками музеев организаторам все же удалось обеспечить участникам условия для комфортного и увлекательного посещения всех запланированных достопримечательностей.



Вопросы законодательства

● В настоящее время однозначных принципов и критериев еще не выработано, система находится в стадии становления. Государство только начинает апробацию работы в СП, отлаживает грантовые механизмы поддержки, схемы, но пока не может отойти от системы планово-отчетной документации. С точки зрения экспертов, необходима дальнейшая адаптация и развитие законодательства, которые бы четко определили систему взаимодействия и те сферы, которые государство отдает на откуп неправительственному сектору, понимая перспективный полученный эффект.

● Особо звучала озабоченность по поводу сотрудничества в рамках СП, которое потом может подвести организацию под статус «иностранный агент». Отмечался элемент тревожности, обусловленный последствиями такого сотрудничества. Эксперты не видят проблем от взаимодействия с зарубежными партнерами в не политизированных проектах и считают, что это должна быть повседневная практика, и мы не должны закрываться от мира.

● Институционально активизировать участие в партнерстве предлагается через усовершенствование законодательства, которое в настоящее время мешает адекватной оценке деятельности НКО в части их пользы для развития общества в целом. Ситуация, когда НКО вы-

Интеллектуальное волонтерство

«Стрим», МТС, «МТС-Банк», «Детский Мир», БФ АФК «Система»

Компания «Стрим» (входит в ОАО АФК «Система») работает в мультимедийной сфере и занимается наряду с мобильной рекламой, обеспечением видео контента для абонентов МТС ТВ и «Пульс». Эти каналы можно смотреть при наличии интернета на любых экранах – от телевизоров и компьютеров до планшетов и смартфонов. В цифровой среде оказались сегодня практически все жители: запущена онлайн запись в поликлиники, работает удобный портал госуслуг, а родители могут проверять оценки детей в электронных дневниках.

Естественно, что в столь быстро развивающейся отрасли работают молодые специалисты. Десять – пятнадцать лет назад еще не существовало тех специальностей, которые они освоили и развивают сегодня.

Поэтому в компании «Стрим», которая появилась в 2009 г. как специальный проект МТС, а с 2011 г. работает как самостоятельный бизнес, собрались люди молодые. Средний возраст сотрудников – 32 года, для многих это первое серьезное место работы. И большинство сотрудников «Стрим» не только не участвовали в проектах КСО, но и не слышали об этом до прошлого года, когда в компании зазвучала тема корпоративной социальной ответственности.

Надо учесть и тот фактор, что тема КСО была озвучена и запущена при отсутствии бюджета на эту деятельность. Поэтому проект «Интеллектуальное волонтерство» стал в чистом виде добровольческим.

Суть проекта заключается в том, что бизнес открывает двери школьникам для наглядной и активной профориентации. Эксперты «Стрим» рассказывали старшеклассникам, которые приходили на экскурсию в офис компании, о цифровой среде, развитии телекоммуникационной отрасли. Представляли те профессии, которые востребованы в этой сфере сегодня и ориентировали в тех специальностях, что потребуются завтра. «Изюминкой» проекта стало непосредственное общение школьников с экспертами, прямой диалог и знакомство с мультимедиа не по презентации, а именно в том месте, где они создаются.

Открытость сотрудников, готовность показывать и отвечать на вопросы сделали проект успешным и востребованным. Сотрудники готовили свои выступления, объясняли ребятам, посвящали экскурсантам личное время.

Первые школьники, пришедшие на экскурсию в «Стрим», были приглашены через дочерние компании корпорации АФК «Система». Это были дети сотрудников «Дет-

ского мира» и МТС Банка. Далее в гостях побывали ребята из коррекционных школ Москвы, обычных школ, участники Летней школы Благотворительного фонда АФК «Система», разработавшие проекты в области телекоммуникаций, учащиеся московских лицеев.

Более 180 школьников были охвачены программой интеллектуального волонтерства компании «Стрим» в 2014 году. Безусловно, проект стал полезным для сотрудников компании. Идея делиться своими знаниями, экспертизой, отдавая этому свое время, внимание, силы прижилась. Проект был поддержан, сотрудники предлагали свое участие, помогали в приеме юных гостей.

Сложности. В компании мало кто был знаком с корпоративной социальной ответственностью и ее программами. Поэтому вначале пришлось много и интенсивно общаться с коллегами, рассказывать об этом. У компании много IT-специалистов, которые, в силу специфики профессии, во многом люди не слишком склонные к социальному общению, но они поняли и поддержали проект. Отсутствие бюджета не стало препятствием, после экскурсий детей угощали чаем с пирогами, на это скромное угощение деньги нашлись. Руководство компании также поддержало эту инициативу.



нуждены в большей мере заботиться о выживании, чем о своей миссии, не имея поддержки от российских структур и находясь под прессом финансовых проверок, опасаясь малейшего подозрения на факт взаимодействия с иностранными партнерами, не содействует развитию социального партнерства. Предлагалось изменить нормы в признании организации «иностранным агентом» в случае работы НКО вне политического контекста.

- Представители СМИ указывали на несовершенство существующего законодательства, которое может трактовать бесплатное информационное сопровождение проектов СП как разновидность лоббирования интересов или рекламу. И в этом случае необходимо содействие в поддержке со стороны органов государственной власти и соответствующие изменения в законодательстве.

- СМИ также неохотно идут на размещение социальной рекламы, потому что для них это упущенная выгода, когда это место можно отдать под коммерческую рекламу. Поэтому здесь возможны прописанные в законодательстве механизмы компенсации этой упущенной выгоды для СМИ как коммерческой структуры. При появлении механизма, предусматривающего компенсации за размещение социальной рекламы в СМИ, появится стимулирующий фактор для продвижения социального партнерства, особенно в ситуации кризиса, когда коммерческий рекламный рынок ощутимо просел.

- Снижение препон в законодательстве о рекламной деятельности, расширение позиций социальной рекламы и допуск к ней проектов социального партнерства поможет СМИ занять достойное место в ряду его участников.

«Видеопаспорт»

«Ферреро Руссия» и Общероссийская информационно-поисковая система для усыновителей «Видеопаспорт»

Общероссийская информационно-поисковая система для усыновителей «Видеопаспорт» создана в 2006 г. автором и ведущим телевизионной программы «Пока все дома» Тимуром Кизяковым, Еленой Кизяковой и Александром Митрошенковым. «Видеопаспорт» – это принципиально новый уровень возможностей по формированию видеобазы данных о детях, оставшихся без попечения родителей, и работы с ней. С 2006 г. было создано 3380 видеопаспортов для детей, оставшихся без попечения родителей, из них 2160 детей устроены в семьи; документы еще 220 детей находятся на стадии оформления. В настоящее время информационно-поисковая система «Видеопаспорт» успешно работает в 30-ти субъектах РФ.

С 2012 г. ЗАО «Ферреро Руссия» является постоянным партнером «Видеопаспорта». В начале основные усилия сторон были направлены на детальное изучение требований отчетности и ведения документации, проверку надежности и добросовестности подходов в работе, а также получения рекомендаций для каждой из сторон.

Принятию положительного решения со стороны «Ферреро Руссия» во многом способствовало грамотное составленное досье с подробным описанием работы системы «Видеопаспорт», наличие рекомендаций от представителей профильных учреждений, высокая репутация и общественное признание руководителя Тимура Кизякова.

В апреле 2012 г. «Видеопаспорт» начал работу во Владимирской об-

ласти, где находится кондитерская фабрика «Ферреро». Тогда же региональная администрация обратилась с предложением к «Ферреро Руссия» поддержать эту важную социальную инициативу. В июне 2012 г. было подписано трехстороннее соглашение между администрацией Владимирской области, ООО «Видеопаспорт» и ЗАО «Ферреро Руссия» о создании 50 «видеопаспортов» для воспитанников детских домов региона.

Первые результаты социальных инвестиций ЗАО «Ферреро Руссия» полностью подтвердили высокую эффективность информационно-поисковой системы «Видеопаспорт». Сотрудничество было продолжено. Фокусируясь на Владимирской области, география сотрудничества постоянно расширяется. Всего при финансовой поддержке «Ферреро Руссия» было

создано 229 «видеопаспортов» для воспитанников детских домов в 12 регионах России; устроено в семьи 112 детей, документы еще 15 детей находятся на оформлении (по результатам на 20.08.2015 г.).

Партнеры оказывают взаимную информационную поддержку, участвуя в различных круглых столах, форумах, публикациях с целью распространения объективной и актуальной информации о проблемах социального сиротства в России, о результатах сотрудничества и эффективности совместной работы – среди всех заинтересованных сторон.

Трудностей не было: руководство в штаб квартире «Ферреро Руссия» поддержало проект, с командой «Видеопаспорта» компания наладила эффективные и доверительные отношения.



- Разработать стратегию стимулирования и поощрения социально ответственных компаний в России на государственном уровне и закрепить ее реализацию на уровне заместителя Председателя Правительства РФ, поскольку сотрудничество в области КСО носит ярко выраженный межсекторный характер.

Заключение

Представленное исследование дало возможность вывить веер мнений экспертов из шести регионов Россий-

ской Федерации в отношении их понимания вопросов текущего положения дел и будущего социального партнерства в России. Не смотря на то, что эксперты живут и работают в разных федеральных округах и сами регионы их проживания имеют существенные различия в социально-экономическом положении, вопросы развития социального партнерства волнуют их, они готовы делиться своими наработками для продвижения тематики.

По мнению экспертов будущее СП в России зависит от активизации всех трех секторов (власти, бизнеса и НКО), а также СМИ и самих бенефициаров проектов и программ в данной сфере. Предлагаемые пути развития СП в России имеют как концептуальный, так и практический характер.

Поддержка развития профессионального образования в Ленинградской области

ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг», Центр развития некоммерческих организаций (ЦРНО), благотворительный фонд «Добрый город Петербург»

Цель программы – повысить уровень подготовки кадров для экономики Ленинградской области через модернизацию материально-технической базы образовательных учреждений и повышение квалификации преподавательского состава.

Целевая аудитория – студенты учреждений среднего профессионального образования.

География – Ленинградская область, сроки реализации - сентябрь 2009 г. – настоящее время.

Количество участников – за 5 лет реализации программы около 5000 студентов из 7 образовательных учреждений получили возможность обучаться и тренировать навыки на современном оборудовании, более 70 преподавателей из 28 образовательных учреждений окончили курсы профессиональной подготовки.

Проблематика. Устаревшая материально-техническая база во многих учреждениях профессионального образования не позволяет обучать студентов на уровне, который необходим современным предприятиям. Это приводит к низкой конкурентоспособности выпускников ссузов, несмотря на востребованность специалистов рабочих профессий в регионе.

В рамках проекта в 10 учебных заведениях профессионального образования была обновлена материально-техническая база (2009 - 2015 гг.), организована программа стажировок для преподавателей (2015 - 2015 гг.), осуществлен ремонт классов и мастерских (2009 - 2011 гг.).

Колледжи, техникумы и училища, обучающие по таким специальностям как автомеханик, электромонтер, сварщик, автослесарь, повар, тракторист-машинист, докер и другие, получили возможность модернизировать учебные планы, увеличить количество практических занятий, а также начать обучение по новым специальностям и дополнительным специализациям. Кроме того, на базе нескольких ресурсных центров были открыты курсы переквалификации взрослого населения. За один учебный год каждое из образовательных учреждений принимает по направлению районных центров занятости населения порядка 100-130 человек на профессиональную переподготовку.

Трудности. На первом этапе программы мы столкнулись с невозможностью установки дорогостоящего оборудования в

некоторые классы или мастерские. Состояние помещений не соответствовало требованиям поставщиков техники. При предварительном осмотре помещений были выявлены некоторые риски, например, вероятность протечки кровли, недостаточная мощность вентиляции для обновленной сварочной мастерской и т.п. Так как было важно реализовать все запланированные стадии проекта и установить оборудование в выбранных учреждениях, компания приняла решение выделить средства на комплекс ремонтных работ. Тем не менее, основной задачей проекта является модернизация образовательного процесса, поэтому в последующие годы одним из условий поставки оборудования являлось соответствие состоянию помещений.



В исследовании, проводившемся при условии нераспространения личных данных участников, основной задачей было выявление знаний и понимания экспертов о тематике СП, зачастую эксперты говорили откровенно, доверяя собеседнику и высказывая критику в отношении участников СП. Эта критика сопровождалась предложениями по выходу из создавшегося положения, поэтому особенно ценна для повышения эффективности в данной сфере. Важно также отметить, что в любом «качественном» социологическом исследовании есть доля субъективизма, которая может влиять на его результаты. В данном случае в большей мере основная цель сравнения – выявить дополнительные мнения и предложения по заданной тематике участников из одного региона по отношению к экспертам из другого региона, нежели доказать, что тематика СП в каком-то из регионов развивается со своими особенностями. То есть, если эксперты из Пскова в большей мере лидируют в количестве высказываний в каком-то разделе опроса, чем их коллеги из Самары, Нижнего Новгорода, Москвы, Санкт-Петербурга или Пермского края, это не значит, что последние слабее знают этот вопрос, просто в данном разделе они могли быть менее активны. Другими словами, для исследования было важно разнообразие экспертных мнений, консенсус по ним, полет мысли. Исследование – мозговой штурм по развитию СП в России, который основан на знаниях, практике и видении экспертов по данному вопросу.

В результате исследования были подтверждены основные гипотезы, заданные в проекте:

- социальное партнерство по мнению экспертов действительно является эффективным инструментом стабильного долгосрочного экономического и социального развития России, позволяющий решать проблемы в обществе через взаимодействие власти, бизнеса и НКО;
- социальная активность в местном сообществе/регионе зависит от приоритетности решения проблем для бизнеса, органов государственной власти, организаций гражданского общества;
- межсекторное партнерство повышает социальную активность в местном сообществе/регионе только при взаимодействии с институтами гражданского общества, которые являются двигателями процесса.

О методологии проекта

Предмет исследования:

Основные практики социального партнерства и проблемы, стоящие на пути его развития.

География проекта:

Москва,
Санкт-Петербург,
Пермский край,
Нижегородская,
Псковская
и Самарская области.

Гипотезы исследования:

- социальное партнерство (СП) – эффективный инструмент стабильного долгосрочного экономического и социального развития России, позволяющий решать общественные проблемы, через взаимодействие власти, бизнеса и НКО;
- социальная активность в местном сообществе/регионе зависит от приоритетности решения проблем для бизнеса, органов государственной власти, орга-

низаций гражданского общества, сочетания приоритетов основных участников: бизнеса, организаций гражданского общества и органов государственной власти региона;

- социальное партнерство повышает социальную активность в местном сообществе/регионе только при взаимодействии институтами гражданского общества.

Методы исследования:

- Экспертный опрос (120 человек, по 20 в каждом регионе);
- 6 фокус-групп (62 человека).

Экспертный опрос позволил описать основные проблемы взаимодействия бизнеса, институтов гражданского общества и органов государственной власти в совместной проектной деятельности, зафиксировать удачные совместные практики, а также выявить ожидания основных акторов в развитии социальной активности в регионах исследования. Фокус-группы дали возможность вскрыть наиболее проблемные вопросы развития социального партнерства в регионе и сформулировать возможные пути их решения.

Выборка, ее характеристика и объем

Рекрутинг экспертов осуществлялся таким образом, чтобы были представлены максимально различные мнения о текущем состоянии, а также о перспективах развития социальной активности в регионе исследования. Ограничений (квот) относительно гендерного состава установлено не было, но в результате, общее распределение участников исследования по полу в экспертном опросе было в пользу женщин (см. таблицу 2).

Принадлежность респондентов – ключевая характеристика с точки зрения целей и задач исследования. По результатам проведенного анализа были выделены 5 категорий, к которым относились эксперты (см. таблицу 3 и 3-А). При этом необходимо отметить, что около трети участников исследования работают одновременно в двух секторах, например, работает в бизнес-структуре, но совмещает эту деятельность с участием в проектах НКО или являются учредителями НКО. В целом, структура выборочной совокупности экспертов отражает интересы основных социальных групп, участвующих в развитии социального партнерства в регионе исследования.

Возрастной ценз не вводился. По факту оказалось, что в исследовании приняли участие эксперты от 23 до 68 лет, что еще раз может свидетельствовать о потенциале данной темы для всего возрастного спектра участников проектов социального партнерства в России. Наибольшее количество экспертов было в возрасте от 31 до 40 лет (см. таблицу 2).

Образовательный ценз участников интервью был высоким, почти все (118 из 120) имели высшее образование, четверть экспертов в Москве имели степень кандидата наук.

В фокус-групповых исследованиях приняло участие 62 эксперта, представителей НКО и бизнес-структур, таким образом, общее число участников проекта составило 182 человека.

Следует обратить внимание, что приведенная информация о характеристиках респондентов призвана подчеркнуть, что в ходе исследования были охвачены различные их категории, однако при анализе результатов акцент делался на наиболее интересных мнениях экспертов.

Таблица 2. Гендерная принадлежность участников экспертного опроса



Таблица 1. Количество участников экспертного опроса по возрастным группам

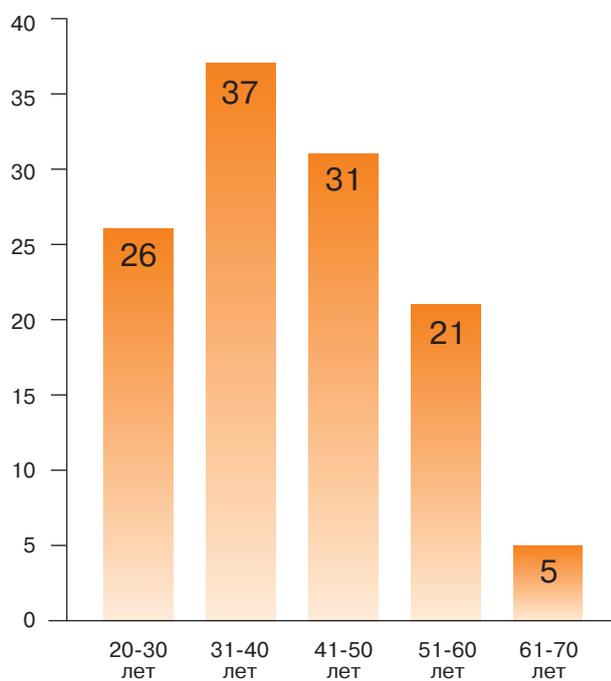


Таблица 3. Принадлежность участников экспертного опроса к секторам

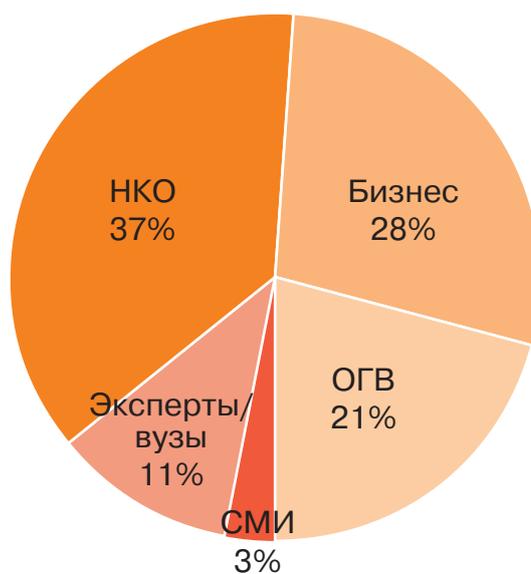


Таблица 3-А. Гендерный состав и принадлежность участников экспертного опроса к секторам (по регионам)

	М / Ж	ОГВ	Бизнес	НКО	Эксперты/ ВУЗы	СМИ
Москва	8 / 12	4	5	11	0	0
С-Пб	12 / 8	4	5	7	4	0
Н.Новгород	3/17	3	7	9	1	0
Пермский край	7/13	4	6	7	2	1
Псков	13/7	5	5	5	3	2
Самара	7/13	5	6	6	3	0
Итого:	50/70	25	34	45	13	3

В Москве обсудили возможности развития социального партнерства

В Москве состоялась конференция «Бизнес, НКО и власть в социальном партнерстве: тенденции и вдохновляющие практики», участникам которой было представлено всероссийское исследование по теме социального партнерства, а также примеры взаимодействия в этой сфере. Собравшиеся обсудили особенности развития межсекторного сотрудничества в России, а также познакомились с современными практиками данного направления. Организатор – Центр развития филантропии «Сопричастность» при поддержке «Нестле Россия».

При реализации проекта «Исследование партнерства институтов гражданского общества, власти и бизнеса для развития диалога, укрепления гражданского общества и распространения лучших практик в этой сфере» использовались средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 17.01.2014 № 11-рп и на основании конкурса, проведенного Фондом ИСЭПИ.



Открывая конференцию, **Маурицио ПАТАРНЕЛЛО**, глава «Нестле» в регионе Россия-Евразия, отметил: «Тема социального партнерства между бизнесом, НКО и властью сегодня как никогда важна. Только совместные усилия трех сторон могут довести начинание, особенно в социальной сфере, до успешной реализации. Примером социального партнерства, которым

гордится компания «Нестле», является программа «Разговор о правильном питании» (глобальный проект «Нестле» «Здоровые дети»), которая уже более 15 лет с успехом проходит в российских школах, при поддержке Министерства образования и науки РФ. Проект реализуется в рамках концепции «Нестле» в области социальной ответственности «Создание общих ценностей». Мы уверены, что при взаимодействии бизнеса, власти и НКО решение многих социальных проблем является возможным».

Татьяна БАЧИНСКАЯ, исполнительный директор Центра развития филантропии «Сопричастность», представила предварительные итоги социологического исследования по социальному партнерству, проведенного Центром «Сопричастностью».

В исследовании приняли участие 182 эксперта, которые делились мнениями о формах социальности партнерства (СП), актуальности его для России, определяли роль каждого из секторов. Среди основных проблем, мешающих эффективному развитию партнерства, респонденты назвали низкий уровень доверия партнеров друг к другу, отсутствие внятной концепции КСО; недостаточную готовность участников партнерства к взаимодействию для решения социальных проблем.

Основная задача государственной власти на федеральном и местном уровнях – трансформировать цели и ценности общества в сторону мотивации развития его социальной активности. По мнению экспертов, работа профильных государственных структур в данном направлении еще недостаточно эффективна, и именно социальное партнерство могло бы внести значительный вклад в развитие этого сегмента.

Татьяна Бачинская отметила: «Общество, включая молодое поколение, уже активнее откликается на идею социальной ответственности и партнерства. Появился некий тренд на межсекторное взаимодействие, и все заинтересованные стороны осознали необходимость привлекать в свои проекты представителей разных структур. Это сотрудничество позволяет изменить ситуацию, дает синергетический эффект, поэтому исследовать эту тему было так важно. То, что этот механизм в России уже успешно работает, доказывают вдохновляющие практики, которые мы выявили и описали. Социальное партнерство – единственный путь, по которому страна может двигаться в сторону динамичного экономического и социального развития».

Александр ГОРЕЛИК, директор Информационного центра ООН в Москве, говоря о глобальных тенденциях межсекторного взаимодействия, остановился на том, как современный бизнес относится к концепциям устойчивого развития: «Сегодня в бизнес-сообществе уже довольно широко распространено убеждение, что здоровое общество и здоровые рынки – две стороны одной медали. Недаром к концепции



устойчивого развития добавилась и концепция корпоративной устойчивости». Спикер отметил, что долгосрочные ценности можно производить лишь обращаясь одновременно к следующим факторам: профессиональная деятельность, забота об окружающей среде, внимание к социальным процессам, этическая составляющая.

По его словам, частный сектор с большим пониманием стал воспринимать картину истощения природных ресурсов и деградацию окружающей среды. Стала общепризнанной взаимосвязь концепций эффективное управление/корпоративное управление (good governance/corporate governance). Для бизнес-структур не подлежит сомнению, что провалы в области управления, прежде всего коррупция, серьезно деформируют деятельность рынков. Качественное или некачественное функционирование институтов, как выясняется, непосредственно связано с аспектами морали и этики. Александр Горелик рассказал об исследовании компании McKinsley, которое доказало, что корпоративная устойчивость поднимается по шкале приоритетов: уже 43% опрошенных менеджеров высшего звена отметили: их компании стараются состыковать ее со своими общими бизнес-стратегиями, миссией или ценностями.

Директор по корпоративным делам «Нестле» в регионе Россия-Евразия **Андрей БАДЕР** рассказал о концепции



«Создание общих ценностей» (Creating Shared Value (CSV), которая была разработана профессором Гарвардского университета Майклом Портером и директором «Группы стратегических разработок» (FSG) Марком Крамером. Концепция внедрена в бизнес-стратегию «Нестле» в 2009 году при участии главного исполнительного директора компании г-на Пола Бюльке

и Председателя Совета директоров г-на Питера Брабека-Летмата. Еще в 2005 году г-н Брабек задумался над тем, как сделать программы КСО наиболее эффективными с точки зрения совмещения интересов бизнеса и общества. В 2009 году концепция «Создание общих ценностей» была представлена на международном форуме в Нью-Йорке как часть стратегии компании «Нестле». Она предполагает устойчивое развитие в таких областях как питание, охрана водных ресурсов и развитие сельских районов. Глобальная образовательная программа для детей в области питания «Здоровые дети», которая сейчас идет в 73 странах и освоенная уже 7,6 млн детей, также входит в концепцию CSV. Эта программа была анонсирована на форуме «Создавая общие ценности» в 2009 году. «Мы считаем, что бизнес может быть успешным только в том случае, если он создает ценности как для акционеров компании, так и для общества в целом», - делится секретом партнерского успеха Андрей Бадер.

Александра МАКЕЕВА, руководитель программы



«Разговор о правильном питании», особое внимание обратила на роль участников программы и ее результаты: «Социальное партнерство для нашей программы – основа успеха. Программа не могла бы так интенсивно работать и развиваться без наших не просто партнеров, а настоящих соратников. Мы гордимся тем,

что программу поддерживает научное сообщество – ведущие институты и эксперты, занимающиеся вопросами укрепления здоровья детей. Мы ценим помощь региональных и федеральных структур управления образования по продвижению проекта. И, конечно, благодарны тем 40 000 учителей и воспитателей которые, используя нашу программу, учат детей заботиться о своем здоровье. Одно из самых главных достижений проекта – это то, что нам удалось объединить усилия огромного количества высоко профессиональных и преданных делу людей».

Тему создания общих ценностей продолжил **Сергей**

МАРТЫЩЕНКО, руководитель программ некоммерческой организации Evolution & Philanthropy: «Социальное партнерство – это скорее не форма взаимодействия, а ее содержание. Организации в современном мире не работают в вакууме, и проявления социального партнерства мы можем видеть и в благотворительных программах НКО, и в программах КСО и устойчивого развития бизнеса, и в действиях власти. Главный вопрос – как осуществляется это взаимодействие, насколько оно эффективно и результативно для всех участников социальных преобразований».



Один из глобальных трендов социального партнерства, о которых в своей презентации рассказал Сергей – это взаимная выгода через адекватную отдачу от ресурсных вложений. Такая выгода представляет собой общую социальную ценность, и является той самой главной целью, ради которой создаются партнерства.

Управленческая практика «Создания общей ценности», которая активно развивается на глобальном уровне, полностью соответствует данному тренду и является, пожалуй, инструментом, в котором, партнерство заложено уже по умолчанию.

О том, что практика применения такого подхода активно развивается, свидетельствуют и цифры, которые были получены в рамках опроса наиболее опытных экспертов на Международном саммите по созданию общей ценности в мае этого года, а также практические кейсы международной сети профессиональных консультантов, (членом которой является Evolution & Philanthropy), неотъемлемой частью которых является экономическая ценность наряду с социальной. Так, по данным опроса, 88% респондентов отмечают, что социальные потребности являются источником инноваций для их бизнеса; 54% инвесторов связывают эффективность бизнеса с решением социальных проблем; 17% – измеряют и связывают бизнес-инвестиции, бизнес-результаты, непосредственные и социальные результаты.

Факторами успеха в представленном Сергеем кейсе австралийской компании «Стокленд» (управление недвижимостью) стали поддержка высшего руководства, кросс-функциональное взаимодействие как внутри компании, так и вовне и учет мнений клиентов.

В числе ключевых рекомендаций для создания долгосрочных и эффективных социальных партнерств:

- понимание различных форм и возможностей взаимодействия и проведение дью-дилідженса для формирования качественных предложений о партнерстве;
- тщательный этап проработки партнерства: определение целей и задач, планирование действий каждого партнера, определение вкладываемых ресурсов, промежуточных и конечных социальных результатов;

● развитие корпоративной культуры, направленной на вовлечение и эффективное взаимодействие ключевых подразделений внутри организаций.



Татьяна ЕВЛАМПИЕВА, заместитель начальника отдела развития некоммерческого сектора экономики департамента социального развития и инноваций минэкономразвития России, рассказала о том, как конкурс министерства для СО НКО может стать инструментом партнерства государства и власти в социальной сфере. Цель конкурса – сделать так, чтобы любая социально ориентированная НКО могла получить помощь. Для этого оказывается информационная и финансовая, законодательная поддержка.

Целевая программа компании создана и работает для того, чтобы помогать снимать социальное напряжение в городах России. Механизм реализации программы – это эффективное межсекторное взаимодействие, то есть понимание потребностей и требований друг друга (государственного, коммерческого и некоммерческого секторов), взаимодействие через дополнение ресурсов каждого участника, единую цель и ответственность каждого. Фонд компании «Северсталь» работает 10 лет и постоянно выстраивает цепочку в каждом направлении процесса, наращивая свой опыт, преследуя единую цель – решать социальные проблемы. Благодаря успешной реализации городской и областной программ «Дорога к дому», было принято решение распространить опыт программы в регионы присутствия предприятий компании. Трехсторонняя модель взаимодействия власть-бизнес-общество оказалась применима и в регионах». Валентина Сазонова комментирует: «С одной стороны, может сложиться впечатление о тепличных условиях работы фонда при стабильном финансировании крупной компанией и поддержке органов власти, но, с другой стороны, этого недостаточно для реализации основной цели. Необходимы и содержательная работа, и формирование и управление командой, и выстраивание эффективной работы самих специалистов. Мы, работая вместе со специалистами учреждений социальной сферы, понимая потребности и родителей, и сотрудников учреждений, можем расширять на средства компании «Северсталь» ассортимент и качество социальных услуг, востребованных в городе, создавая социальные проекты и помогая их деятельности. Также мы привлекаем экспертов из других фондов и финансовые средства из других источников, создавая про-



Валентина САЗОНОВА, руководитель направления по связям с общественностью и СМИ благотворительного фонда «Дорога к дому», редактор газеты, журнала, телепередач, сайта «Дорога к дому», отметила: «Компания «Северсталь» с 2005 года ежегодно вкладывает средства в социальную сферу конкретных городов для содействия решению определенных социальных

задач. Целевая программа компании создана и работает для того, чтобы помогать снимать социальное напряжение в городах России. Механизм реализации программы – это эффективное межсекторное взаимодействие, то есть понимание потребностей и требований друг друга (государственного, коммерческого и некоммерческого секторов), взаимодействие через дополнение ресурсов каждого участника, единую цель и ответственность каждого. Фонд компании «Северсталь» работает 10 лет и постоянно выстраивает цепочку в каждом направлении процесса, наращивая свой опыт, преследуя единую цель – решать социальные проблемы. Благодаря успешной реализации городской и областной программ «Дорога к дому», было принято решение распространить опыт программы в регионы присутствия предприятий компании. Трехсторонняя модель взаимодействия власть-бизнес-общество оказалась применима и в регионах». Валентина Сазонова комментирует: «С одной стороны, может сложиться впечатление о тепличных условиях работы фонда при стабильном финансировании крупной компанией и поддержке органов власти, но, с другой стороны, этого недостаточно для реализации основной цели. Необходимы и содержательная работа, и формирование и управление командой, и выстраивание эффективной работы самих специалистов. Мы, работая вместе со специалистами учреждений социальной сферы, понимая потребности и родителей, и сотрудников учреждений, можем расширять на средства компании «Северсталь» ассортимент и качество социальных услуг, востребованных в городе, создавая социальные проекты и помогая их деятельности. Также мы привлекаем экспертов из других фондов и финансовые средства из других источников, создавая про-

фессиональные площадки-сообщества, где уже все вместе развиваемся и идем в одном направлении».

Ольга МИРОНОВА, руководитель направления спонсорских и благотворительных проектов АО «ОМК», рассказала о конкурсе «ОМК-Партнерство». В конце мая 101 проект из шести городов России получил финансирование в рамках конкурса. В число победителей вошли заявки, связанные с поддержкой пожилых людей, инвалидов и детей-сирот, развитием предпринимательских навыков у старшеклассников, экологией и благоустройством территорий, культурой и здоровым образом жизни.



Некоммерческий сектор в регионах выступил надежным партнером при проведении конкурса. Так, ресурсные центры для социально ориентированных НКО Нижнего Новгорода, Перми и Челябинска провели для потенциальных участников «ОМК-Партнерство» и сотрудников предприятий тренинги по социальному проектированию, а также консультации по заполнению грантовых заявок, а сотрудники дирекции по связям с общественностью ОМК на заводах подготовили тренинги по корпоративному волонтерству.

В конкурсе используется новый партнерский подход, т.е. организованная на взаимовыгодных условиях модель взаимодействия и согласования интересов органов власти субъекта РФ, регионального бизнеса и общественных организаций. При этом создаются условия для развития местных сообществ, улучшения качества жизни населения, инновационного экономического роста и экологического благополучия.

Этот подход более прозрачный, эффективный, позволяющий измерить результаты (количественные и качественные) проекта, подаваемого на конкурс.

Конкурс способствовал переходу к системной благотворительности, внедрению программы корпоративного волонтерства, переходу от адресной благотворительности к системным программам и проектам. Общая сумма финансирования проектов составит 13 млн рублей, а максимальная сумма пожертвования для НКО, государственных и муниципальных учреждений – до 250 тыс. рублей. Добровольческие проекты сотрудников будут профинансированы на сумму до 50 тыс. рублей, а также получают от компании информационную и организационную поддержку.

Еще один партнерский проект представила **Юлия БОГДАНОВА**, менеджер корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития КПМГ. Она рассказала о том, как бизнес становится партнером государства в развитии социальных технологий на примере кейса «От закрытых учреждений к семейной поддержке». Программа направлена на формирование общих взглядов сотрудников профильных государственных служб, на уникальность первых 3 лет жизни ребенка, ценность семейных отношений, важность раннего вмешательства и на возможность действенной помощи. Особое внимание в ней уделяется развитию профессионального сообщества и формированию новых ценностей.



Выступающая отметила: «Суть этой технологии – в командной работе специалистов разных специализаций, которые усиливают экспертизу друг друга, таким образом, добиваясь наилучших результатов для каждого ребенка с особенностями развития. Они профессионально вовлекают в и работу родителей каждого малыша, чтобы те имели возможность, как советуют специалисты, поменять среду у себя дома, чтобы ребенок лучше развивался. Для достижения цели проекта мы пригласили лучших в России экспертов по раннему вмешательству – Татьяну Морозову и Святослава Довбню. Нашими основными партнерами по проекту были Нижегородские министерства здравоохранения и социальной политики».

У нас были определенные трудности. Например, для устойчивости проекта, мы настаивали, чтобы министерства приняли в учреждениях положения о новых службах, но они сделали это только в одном из учреждений. Мы также рекомендовали подумать об изменении штатного расписания, это тоже не было сделано. Возможно, мы слишком рано предлагали министерствам такие радикальные изменения, и они были невозможны в текущей ситуации. Тем не менее, нам удалось создать службы раннего вмешательства в 10 пилотных учреждениях. По отчетам министерств, благодаря проекту услуги получили 2500 детей с особенностями развития. Поэтому, в целом, мы очень довольны проектом».



Светлана ИВЧЕНКО, директор департамента социальной политики ГК «Норильский никель», рассказала о проекте компании по развитию моногородов. «История отечественных моногородов показывает, что долгое время, основной целью воздействия на местное сообщество со стороны промышленной компании, было формирование

и поддержание лояльности жителей. Компании брали на себя функции местных органов власти, предоставляя своим сотрудникам жилье и медицинское обслуживание, вкладываясь в строительство объектов социальной инфраструктуры и т.д. В основе таких отношений всегда лежала идея значительно большей ответственности производственной компании, чем жителей городов. Лояльное отношение сотрудников к работодателю поддерживалось соответствующим вкладом владельцев компании в обустройство моногородов для качественной жизни своих сотрудников», - отметила Светлана. По ее словам, «компании меняются, становятся более современными. Более современными становятся и управленческие политики, в частности, в сфере КСО. Актуальный тренд нового времени – развитие местных сообществ. Если раньше социальная политика в моногородах рассматривалась как некая компенсация (например, за работу в депрессивных условиях), то сейчас – это создание новых жизненных сценариев, обращенных в будущее».



Марина ТАТАРСКАЯ, директор по связям с общественностью ЗАО «Ферреро Россия», рассказала о сотрудничестве компании и общероссийской информационно-поисковой системы для усыновителей «Видеопаспорт». Проект был создан в 2006 г. автором и ведущим телевизионной программы

«Пока все дома» Тимуром Кизяковым, Еленой Кизяковой и Александром Митрошенковым. «Видеопаспорт» – это принципиально новый уровень возможностей по формированию видеобазы данных о детях, оставшихся без попечения родителей, и работы с ней. Система «Видеопаспорт» обеспечивает наиболее эффективный доступ потенциальных усыновителей к данным о детях, оставшихся без попечения родителей.

С 2006 г. было создано 3380 видеопаспортов для детей, оставшихся без попечения родителей. По данным на 25 июля 2015 г. 2160 детей, для которых были созданы такие «паспорта», устроены в семьи; документы еще 220 детей находятся на стадии оформления. Из них, 229 видеопаспортов для воспитанников детских домов в 12 регионах России были созданы при финансовой поддержке «Ферреро Россия». С 2012 г. программа начала работать во Владимирской области, где находится кондитерская фабрика «Ферреро». Тогда было подписано трехстороннее соглашение между администрацией Владимирской области, ООО «Видеопаспорт» и ЗАО «Ферреро Россия» о создании 50 «видеопаспортов» для воспитанников детских домов региона. В настоящее время информационно-поисковая система «Видеопаспорт» успешно работает в 30-ти субъектах Российской Федерации.

Татьяна БУРМИСТРОВА, председатель управляющего совета Фонда поддержки социальных инициатив в сфере детства «Навстречу переменам», рассказала об опыте сотрудничества компаний Tele2, СТС-Media, Viasat, газеты Metro и компании Black Earth Farming с благотворительным фондом «Навстречу переменам» по реализации программы поддержки социальных предпринимателей, работающих во благо детей.



Все этапы работы фонда «Навстречу переменам», включая конкурсный отбор и инкубатор, предполагают финансовую, экспертную и волонтерскую поддержку со стороны нескольких компаний одновременно. Элементы партнерства в конкурсе следующие: топ-менеджеры участвуют в большом жюри конкурса для социальных предпринимателей и принимают решение об инвестициях в того или иного социального предпринимателя; топ-менеджеры ежегодно участвуют в стратегическом коучинге для победителей конкурса – сессии по преодолению барьеров; объединяются финансовые ресурсы и возможности продвижения программы; формируется пул сторонников фонда из числа сотрудников разных компаний.

Наталья КУЛИКОВА, управляющая по взаимодействию со стейкхолдерами компании Philip Morris Sales and Marketing, представила проект «Статус: Онлайн», призванный повысить компьютерную грамотность для людей старшего поколения и взрослых людей с ограниченными возможностями. Организаторами программы выступили фонд поддержки и развития филантропии КАФ, ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг». Программа реализовывалась в 11 городах России. Участникам проекта пришлось бороться с недостаточной социализацией и адаптацией пожилых людей и людей с ограниченными возможностями к современной жизни.



В 2013-2014 гг. курсы компьютерной грамотности «Статус: Онлайн» успешно завершили 5 920 человек. Учебная программа включает в себя базовые навыки работы на компьютере, основы пользования программами Microsoft Office, интернетом, Skype, электронной почтой. Эти знания важны для решения повседневных задач (работа с порталами государственных услуг, онлайн-платежи и т.п.), продолжения трудовой деятельности или поиска новой работы, общения с родными и близкими. Занятия ведут тренеры, имеющие опыт обучения компьютерной грамотности пожилых людей и инвалидов. Программа разрабатывалась с учетом особенностей аудитории. Например, поскольку у пожилых людей могли возникать проблемы с плохой подвижностью рук, для разработки мелкой моторики им предлагалось научиться рисовать или освоить простые компьютерные игры. НКО, обучавшие инвалидов, работали по особой методике: так, в Нижнем Новгороде подопечные центра «Камерата» (люди с ослабленным зрением) использовали специальное оборудование с «говорящими» клавиатурами.

Для слушателей были организованы встречи с местными центрами занятости и потенциальными работодателями, проводились занятия о возможностях компьютерных технологий при поиске работы. Многие выпускники смогли трудоустроиться или сохранить рабочее место благодаря полученным знаниям. Так, в Новосибирске несколько десятков подопечных Городского общества инвалидов получили работу в диспетчерских службах, колл-центрах, архиве. Нижегородский центр «Камерата» для преподавания на курсах нанял нескольких инвалидов по зрению, имеющих собственный опыт не визуальной работы на компьютере. Программа реализуется с сентября 2013 г. по настоящее время.



Директор по внешним связям и ответственности бизнеса ГК «Новард» **Мария ЗАХАРОВА** и директор по коммуникациям девелоперской компании «Сити-XXI век» **Анна ШВИДУНОВА** рассказали о восстановлении здания детского приюта в Москве, расположенного на территории Николо-Перервинского монастыря в

Печатниках. Инициатива восстановить полуразрушенное здание и вдохнуть в него новую жизнь принадлежала президенту ГК «Новард» Андрею Илиопуло. Проект реализовывался в социальном партнерстве с городом, но фактически – силами девелоперского подразделения холдинга компанией «Сити-XXI век». Он интересен задачей непрерывности финансового обеспечения, которая в момент осложнения бюджетного финансирования была решена за счет создания собственного благотворительного фонда. Несмотря на долгий семилетний процесс договоренностей и строительства, сегодня здание бывшего приюта восстановлено полностью, на его месте открыты духовно-социальный центр и православная гимназия – в помощь детям, оказавшимся в сложной жизненной ситуации, детям-сиротам, детям-инвалидам на колясках.

Учитывая, что обсуждаемые проблемы имеют общенациональное значение, участники конференции приняли решение обратиться с Резолюцией в органы законодательной и исполнительной власти, Общественную палату, в СМИ. Только политическая воля руководства страны, совместно с усилиями бизнес-сообщества и гражданского общества способны разрушить барьер недоверия к КСО и социальному партнерству, способствовать политической, экономической и социальной стабильности.

Помимо основных докладчиков, заслуживают внимания и блиц-выступления на конференции.

Елена ГОРОХОВА, управляющий партнер агентства «Велес», рассказала о результатах и трудностях экокуроков «Хранители Воды» – всероссийском образовательном проекте, реализуемом Зеленым движением России ЭКА и Минприроды России при поддержке компании PepsiCo.



Татьяна КОНСТАНТИНОВА, исполнительный директор Фонда помощи слепоглухонемым «Со-единение», поделилась особенностями «входа» в регионы: «В одной из республик сказали, что слепоглухих у них нет (хотя по переписи насчитали 50 человек). Но мы нашли их через мечети, и сейчас, на базе одной из них, созданы компьютерные курсы для слепоглухих этого региона.



Анастасия АРХИПОВА, эксперт D-Group.Social, остановилась на особенностях развития проекта «Сила Мечты» (партнер – компания «Байер») в регионах, в частности, о сложностях вовлечения местных НКО.



Анна РОМАНОВА, координатор социальных проектов семейного центра «Лада» (Н. Новгород) сделала акцент на работе компании «Нижфарм» в рамках проекта «Добрый Дедушка Мороз» для детей с ограниченными возможностями и на освещении этого проекта.



Юлия НАЗАРОВА, советник председателя совета фонда продовольствия «Русь», представила проект «Народный обед». Это постоянное обеспечение людей, попавших в трудную жизненную ситуацию, обедами, состоящими из качественных натуральных продуктов.



РЕЗОЛЮЦИЯ

(проект)

В ходе конференции «Бизнес, НКО и власть в социальном партнерстве: тенденции и вдохновляющие практики» были рассмотрены примеры действующих на территории России социальных проектов, созданных в формате партнерства и сформулированы предложения по возможным формам взаимодействия власти, СМИ, бизнеса и НКО для обеспечения стабильности, гармонизации общественных отношений, повышения осведомленности широких слоев общественности в вопросах социального развития общества.

Участники конференции констатировали, что на сегодняшний день осведомленность общества о сути и формах социального партнерства весьма низка. Потенциал взаимодействия коммерческого, некоммерческого и государственного секторов в социальной сфере остается недостаточно раскрытым.

Социальное партнерство все шире входит в стратегии устойчивого развития бизнеса, и, так как бизнес не может решить острые социальные проблемы в одиночку, то привлекает партнеров из НКО и старается заручиться поддержкой власти.

Участники конференции «Бизнес, НКО и власть в социальном партнерстве: тенденции и вдохновляющие практики» обсудили ситуацию, сложившуюся в обществе в настоящее время, и приняли резолюцию с рекомендациями в данной области:

1. Разработать стратегию стимулирования и поощрения социально ответственных компаний в России на государственном уровне и закрепить ее реализацию на уровне заместителя Председателя Правительства РФ, поскольку сотрудничество в области КСО носит ярко выраженный межсекторный характер.

2. Рекомендовать заинтересованным компаниям, органам государственного управления всех уровней, организациям гражданского общества и СМИ активнее использовать имеющийся позитивный опыт и экспертный потенциал для повышения осведомленности общества о социальном партнерстве на федеральном и региональном уровнях.

3. Активнее создавать партнерские форумы как коммуникационные площадки для обмена идеями и новыми технологиями. Развивать такие механизмы как ФМС, агентства городского развития и другие реально действующие форматы, направленные на решение определенной социальной задачи и источниками финансирования которых являются разные стороны.

4. Рекомендовать заинтересованным компаниям, органам государственного управления всех уровней, НКО и СМИ планировать и организовывать диалоги с заинтересованными сторонами в Москве, в регионах и в местах присутствия бизнеса по вопросам устойчивого развития, корпоративной устойчивости и создания общества для всех.

5. Не считать интервью и комментарии представителей компаний по вопросам социальной ответственности бизнеса и социального партнерства рекламными материалами. Рекомендовать электронным и печатным СМИ с целью повышения доверия к КСО и к бизнесу как к одному из источников социальной стабильности в обществе шире упоминать в материалах о корпоративной ответственности, а также в интервью и комментариях экспертов полные наименования компаний.

Конкурс ОМК как пример социального партнерства



Ольга Миронова,
руководитель направления
спонсорских и
благотворительных проектов
АО «ОМК»

В конкурсе используется новый подход – социальное партнерство, т.е. организованную на взаимовыгодных условиях модель взаимодействия и согласования интересов органов власти субъекта РФ, регионального бизнеса и общественных организаций. При этом создаются условия для развития местных сообществ для улучшения качества жизни населения, инновационного экономического роста и экологического благополучия.

Ежегодно на предприятия ОМК приходит большое количество писем с просьбой оказать благотворительную помощь. Причем иногда просители не считают важным написать долгосрочные цели и задачи, проработать детально смету, совсем не учитываются интересы компании.

В результате, компания, ежегодно жертвуя внушительные средства на благотворительность, не реализовывала долгосрочные программы, а «латала дыры» и поддерживала завышенные ожидания от местных сообществ, культивируя отношение к бизнесу как «к денежному мешку».

Более того, как показывает практика, благотворительные проекты и программы наиболее устойчивы, если они реализованы в партнерстве с местными сообществами, администрациями регионов и сотрудниками компании. Потому что, во-первых, учитываются интересы всех сторон, во-вторых, объединяются бюджеты, и, в-третьих, активизируются местные сообщества.

Поэтому конкурс «ОМК-Партнерство» был направлен на создание социального партнерства и возможностей для внедрения инновационных технологий устойчивого развития регионов присутствия, вовлечение сотрудников предприятий, входящих в группу ОМК в социальные проекты и добровольчество.

В конкурсе используется новый подход – социальное партнерство, т.е. организованную на взаимовыгодных условиях модель взаимодействия и согласования интересов органов власти субъекта РФ, регионального бизнеса и общественных организаций. При этом создаются условия для развития местных сообществ для улучшения качества жизни населения, инновационного экономического роста и экологического благополучия.

Более того, конкурсный подход более прозрачный, эффективный, позволяющий измерить результаты (количественные и качественные) проекта, подаваемого на конкурс.

Кроме того, конкурс продвигает новые подходы в благотворительности в ОМК, а именно:

- Переход к системной благотворительности посредством конкурсных программ с целью развития регионов.
- Вовлечение сотрудников в благотворительные программы компании – внедрение программы корпоративного волонтерства.
- Переход от адресной благотворительности к системным программам и проектам в сфере благотворительности.

География конкурса: Выкса (Нижегородская обл.), Чусовой (Пермский край), Альметьевск (республика Татарстан), п. Новосинглазовский (Челябинск), Благовещенск (республика Башкортостан).

Участники: некоммерческие организации и объединения, государственные и муниципальные учреждения, добровольцы-сотрудники предприятий ОМК, работающие по трудовому договору.



НКО и объединения должны быть официально зарегистрированы в Российской Федерации и осуществлять свою деятельность в регионах присутствия компании.

Направления конкурса: корпоративное добровольство – социальные проекты, реализуемые добровольцами-сотрудниками ОМК. И социальные проекты, реализуемые НКО, государственными и муниципальными учреждениями.

Направления социальных проектов для НКО, государственных и муниципальных учреждений:

Социальная защита, духовно-нравственное и патриотическое воспитание

Проекты, направленные на внедрение новых методик и технологий работы с детьми-сиротами, детьми с ограниченными возможностями, подростками и молодежью, ветеранами, пожилыми людьми, безработными, поддержку научно-технического творчества, организацию профориентационной работы, духовно-нравственного и патриотического воспитания.

Культура

Проекты, способствующие сохранению культурного наследия и памятников культуры и истории, наращиванию творческого потенциала региона, созданию новых конструктивных форм досуга.

Спорт и здоровый образ жизни

Проекты, направленные на пропаганду здорового образа жизни, создание условий для развития физической культуры и массового спорта, внедрение эффективных форм организации спортивных мероприятий и увлечений для детей и взрослых.

Экология

Проекты, направленные на формирование экологической культуры и пропаганду экологических знаний, внедрение новых технологий защиты и сохранения окружающей среды, проведение экологических акций по благоустройству и озеленению, развитие познавательного туризма.

Бюджет одного проекта до 250 тыс. рублей. Сотрудники ОМК участвуют в реализации проектов на безвозмездной основе. Средства из бюджета проекта не могут быть направлены на оплату труда сотрудников ОМК, связанного с реализацией проекта. Добровольцам, участвующим в реализации проекта, осуществляется компенсация понесенных ими в связи с реализацией проекта затрат в соответствии с действующим законодательством РФ.

Направления социальных проектов добровольцев-сотрудников ОМК:

- помощь пожилым, инвалидам, малообеспеченным (сбор вещей, продуктов питания, лекарств);
- социальная поддержка пенсионеров и ветеранов, взрослых и детей с ограниченными физическими возможностями, детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, безработных;
- содействие деятельности в области физической культуры и спорта;
- пропаганда здорового образа жизни, профилактика курения, алкоголизма, наркомании, улучшение морально-психологического состояния граждан;
- защита окружающей среды;
- охрана культурного наследия;
- духовно-нравственное и патриотическое воспитание;
- привлечение средств (фандрайзинг), (организация благотворительных ярмарок, марафонов и т.д.);
- развитие волонтерства.

До 50 тыс. рублей – бюджет одного проекта.

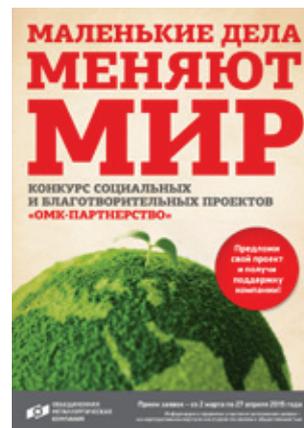
Результаты:

101 проект получили финансирование в рамках конкурса «ОМК-Партнерство», итоги которого были объявлены в конце мая. В число победителей вошли заявки, связанные с поддержкой пожилых людей, инвалидов и детей-сирот, развитием предпринимательских навыков у старшеклассников, экологией и благоустройством территорий, культурой и здоровым образом жизни.

Всего на конкурс благотворительных и социальных проектов поступило 256 заявок. Их авторами стали сотрудники предприятий ОМК, а также некоммерческие организации, государственные и муниципальные учреждения, действующие в регионах присутствия компании. Наибольшую активность проявили работники Альметьевского трубного завода, подготовившие 55 проектов, а среди некоммерческих организаций, муниципальных и государственных учреждений – жители г. Чусовой, представившие на конкурс 46 проектов.

Каждую заявку рассматривали эксперты – представители власти, бизнеса, некоммерческих учреждений, профсоюзных организаций, советов молодых металлургов. Так, на заводе «Трубодеталь» в п. Новосинеглазовский в состав комиссии вошли первый замминистра социальных отношений Челябинской области Татьяна Ильина и сотрудники местного отделения Сбербанка России. Проекты сотрудников оценивали начальник управления по делам молодежи Челябинска Сергей Авдеев и вице-президент ОМК Светлана Николашина. А в экспертную комиссию ВМЗ входила председатель Попечительского совета Благотворительного фонда «ОМК-Участие» Ирина Седых.

Некоммерческий сектор в регионах выступил надежным партнером при проведении конкурса. Так,



«Статус: Онлайн»

ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг», Фонд поддержки и развития филантропии «КАФ»

Задачи – содействовать организации компьютерных курсов для целевой аудитории; расширить возможности слушателей по использованию современных информационных технологий для приобретения новых знаний и навыков, активного общения, самореализации и возможного трудоустройства.

В 2013 г. программа «Статус: Онлайн» стартовала в 7 городах России, в 2015 г. ее география расширилась до 11 регионов – Владивосток, Екатеринбург, Калининград, Кемерово, Красноярск, Мордовия, Нижний Новгород, Новосибирск, Ростов-на-Дону, Самара, Томск.

До начала программы в выбранных регионах была проведена оценка ситуации с обучением пожилых людей и взрослых инвалидов компьютерной грамотности. Несмотря на то, что везде работают государственные курсы, потребность в них по-прежнему очень велика. По итогам закрытого конкурса были выбраны НКО – региональные координаторы программы, закуплено необходимое оборудование и организованы компьютерные классы.

Курсы «Статус: Онлайн» рассчитаны на обучение начальному уровню компьютерной грамотности людей предпенсионного и пенсионного возраста, совершеннолетних людей с ограниченными возможностями здоровья.

Учебная программа включает в себя базовые навыки работы на компьютере, основы пользования программами Microsoft Office, интернетом, Skype, электронной почтой.

Занятия ведут тренеры, имеющие опыт обучения компьютерной грамотности пожилых людей и инвалидов. Программа разрабатывалась с учетом особенностей

аудитории. Например, поскольку у пожилых людей могли возникать проблемы с плохой подвижностью рук, для разработки мелкой моторики им предлагалось научиться рисовать или освоить простые компьютерные игры. НКО, обучавшие инвалидов, работали по особой методике: так, в Нижнем Новгороде подопечные центра «Камерата» (люди с ослабленным зрением) использовали специальное оборудование с «говорящими» клавиатурами.

К реализации «Статуса: Онлайн» активно подключались волонтеры (более 200 человек ежегодно). Часто сами пожилые люди и взрослые инвалиды по окончании курсов оставались в программе в качестве добровольных помощников.

Для слушателей были организованы встречи с местными центрами занятости и потенциальными работодателями, проводились занятия о возможностях компьютерных технологий при поиске работы. Многие выпускники смогли трудоустроиться или сохранить рабочее место благодаря полученным знаниям. Так, в Новосибирске несколько десятков подопечных Городского общества инвалидов получили работу в диспетчерских службах, колл-центрах, архиве. Нижегородский центр «Камерата» для преподавания на курсах нанял нескольких инвалидов по зрению, имеющих собственный опыт не визуальной работы на компьютере.

На основе анализа первого года реализации «Статуса: Онлайн» были сделаны выводы о самой программе обучения. Тренеры пересмотрели ее, сократив время на изучение устройства компьютера и уделив больше внимания прикладным программам. Стало очевидно, что учащимся пожило-

го возраста необходимы раздаточные материалы – короткие справочники или методички. В 2014 г. большинство НКО подготовили такие пособия.

С момента запуска программы было важно, задав некие общие рамки (цели, задачи, минимум учебных часов, общее содержание курса), сохранить при этом региональную специфику. Однако получилось, что в первый год НКО в регионах работали достаточно разрозненно, да и сама программа не имела краткого запоминающегося названия, своего бренда. В конце первого этапа реализации было выбрано название «Статус: Онлайн», придуман логотип и, что наиболее важно, стало уделяться большое внимание взаимодействию и сотрудничеству НКО в рамках программы – организации видеоконференций, поездок руководителей проектов друг к другу и т.п. Таким образом, за три года внутри программы образовалось свое профессиональное сообщество. Руководители проектов, тренеры курсов, а также пожилые волонтеры делятся друг с другом опытом, чтобы сделать образовательный процесс еще более эффективным.

В 2013 – 2014 гг. курсы компьютерной грамотности успешно завершили 5 920 человек.



ресурсные центры для социально-ориентированных НКО Нижнего Новгорода, Перми и Челябинска провели для потенциальных участников конкурса «ОМК-Партнерство» и сотрудников предпринимательских тренингов по социальному проектированию, а также консультации по заполнению грантовых заявок. Силами сотрудников дирекции по связям с общественностью ОМК на заводах были также проведены тренинги по корпоративному волонтерству.

Это во многом повлияло на количество и качество полученных заявок. Интересно, что количество заявок, полученных от сотрудников, выстроилось пропорционально уровню вовлеченности персонала на предприятии, определенному в ходе прошлогоднего исследования вовлеченности.

В соответствии с названием конкурса принцип партнерства стал основным при выборе победителей: самые высокие баллы получили заявки, авторы которых смогли найти дополнительные средства (объем финансирования – не менее 25 %), привлекли к сотрудничеству другие организации и предусмотрели участие добровольцев, в том числе сотрудников ОМК, в реализации проектов.

Всего конкурсные комиссии выбрали 101 инициативу, которые получают поддержку от ОМК: 41 – от сотрудников компании, 60 – от организаций.

Инициативу поддержки еще одного проекта взял на себя «Сбербанк России», который помогает в реализации осеннего лагеря для старшеклассников «Юный предприниматель» в п. Новосинеглазовский.

Общая сумма финансирования проектов составит 13 млн рублей. Максимальная сумма пожертвования для НКО, государственных и муниципальных учреждений составит до 250 тыс. рублей. Добровольческие проекты сотрудников будут профинансированы на сумму до 50 тыс. рублей, а также получат от компании информационную и организационную поддержку.

Многие проекты, победившие в конкурсе, не только заслуживают поддержки со стороны компании, но и могут стать примерами для других регионов. Представляем вам несколько наиболее интересных инициатив.

«Выкса на зарядке». Проект, подготовленный слесарем-ремонтником Артемом Плотниковым вместе с женой, предполагает проведение зарядки на свежем воздухе для всех горожан, желающих приобщиться к физкультуре. До конца ноября планируется провести 31 занятие и охватить более 500 человек. Это нужно, в том числе, для того, чтобы люди проводили больше времени на улице и меньше смотрели телевизор. Авторы проекта даже рассчитали эффект: по их мнению, благодаря зарядке пожилые люди станут тратить на 30 % меньше времени на просмотр телепередач.

«С любовью к спорту». Сотрудники «Трубодетали» хотят восстановить баскетбольную площадку в поселке Новосинеглазовском. Инициатива исходит от электросварщиков предприятия: в свободное время они сами сварят из арматуры и профильной трубы спортивные снаряды, а также восстановят ограждение по новой технологии, разработанной инициатором проекта Андреем Габидулиным специально для этой площадки.

«Чусовой – чистые берега». Проект в области защиты окружающей среды, инициатором которого стала Оксана Трапезникова, специалист отдела по связям с общественностью ЧМЗ, продолжит серию экологических акций, проводимых заводчанами. Актив молодежи и волонтеры туристического клуба «Пересвет» очистят

от мусора популярные среди туристов места стоянок возле красивых камней и скал на реке Чусовой. В дальнейшем «Пересвет» берет на себя обязательство поддерживать чистоту в этих местах.

«Больничные мамы». Волонтеры Чусового пройдут специальную подготовку и станут «больничными мамами». Они будут работать в Чусовской городской больнице – ухаживать за детьми-сиротами и детьми, оставшимися без попечения родителей, которые проходят в медучреждении длительное лечение.

«Заботливые внуки». «Чусовской бизнес-инкубатор» выступил с идеей организации молодежного движения «Заботливые внуки» для оказания услуг мелкого ремонта жилья пенсионеров, ветеранов, инвалидов. Как показывает практика, управляющие компании не всегда оперативно реагируют на подобные просьбы и порой неохотно работают по таким заявкам. К выполнению этих работ планируется привлечь учащихся Чусовского индустриального техникума, для которых это станет отличной практикой: сегодня на рынке труда востребованы «универсалы», специалисты, которые способны работать с различными материалами и технологиями, производить разные виды работ.

«Серебряный возраст – жизнь продолжается!» Еще один проект из Чусового направлен на помощь ветеранам Великой Отечественной войны и металлургического завода. Группы поддержки сформирует Пермская организация инвалидов. Предполагается, что 150 ветеранов города примут участие в выставках, посетят компьютерные курсы и курсы по финансовой грамотности, научатся скандинавской ходьбе и узнают о тонкостях здорового образа жизни.

В Благовещенске лучшими, по мнению экспертов, оказались такие проекты, как «Плюс один» (поддержка детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей), «Третьему возрасту – богатую духовную жизнь» (создание клуба для пожилых людей), «ОМК-Робот» (организация лагеря для детей).

Также среди инициатив, поддержанных компанией, – поддержка взрослых и детей с ограниченными возможностями, программа сопровождения приемных семей, летний терапевтический лагерь, направленный на профилактику наркозависимости, проекты по благоустройству территории и экологии, проекты, ориентированные на развитие культуры и спорта и многие другие.

Количественные показатели:

- Получено 256 заявок от НКО, государственных и муниципальных учреждений, 110 заявок от волонтеров-сотрудников предприятия.
- Одобрена 101 инициатива, получившая поддержку от ОМК: 41 – от сотрудников компании, 60 – от организаций.
- Проведение 5 презентаций конкурса с участием заинтересованных сторон бизнеса, власти и общества в регионах присутствия.
- Проведение 5 тренингов по корпоративному волонтерству среди сотрудников компании на предприятиях в 5 регионах.
- Проведение 4 тренингов по социальному проектированию и фандрайзингу для НКО, государственных и муниципальных учреждений в регионах силами региональных центров развития СОНКО в Нижегородской области, Перми и Челябинска.
- 1 проект будет профинансирован Челябинским отделением «Сбербанка» на сумму 174 тыс. руб.

- Со-финансирование составило 25% от грантового пула (более 3 млн руб.).

Качественные показатели: выстраивание устойчивого партнерства с некоммерческими и государственными учреждениями, создание межсекторного взаимодействия, переход от адресной помощи к устойчивым проектам социальной направленности,

системной благотворительности и внедрение программ по развитию корпоративного волонтерства в ОМК.

Уникальность конкурса в том, что сотрудники компании могут реализовать свои волонтерские проекты в партнерстве с НКО, государственными и муниципальными учреждениями.

«Эффективная система семейного устройства – профессиональная принимающая семья – 2014»

Центр диагностики и консультирования республики Карелия, БФ Елены и Геннадия Тимченко и БФ «Ключ»

Недостаточная информированность населения о положительном опыте семейного устройства детей, низкий уровень мотивации специалистов и администрации детских домов на изменения в учреждениях, направленные на развитие семейных форм устройства, отсутствие или несистемный характер предоставления поддерживающих услуг замещающим семьям, непонимание педагогами школ образовательных нужд детей-сирот – это проблемы, на решение которых направлен проект «Эффективная система семейного устройства – профессиональная принимающая семья - 2014».

Идея проекта заключается в подготовке специалистов и создании условий, способных обеспечить повышение эффективности республиканской системы жизнеустройства детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей.

В результате созданы программы повышения квалификации специалистов, проведены курсы повышения профессиональной компетенции специалистов органов опеки и попечительства, специалистов детских домов и служб сопровождения, педагогов и психологов школ, в которых обучаются дети из детских домов и приемных семей, направленные на ознакомление с психологией сиротства и овладение методами работы с детьми-сиротами и детьми, оставшимися без попечения родителей.

Подготовлены, изданы и распространены на территории Ка-

релии тематические методические материалы для специалистов и замещающих родителей. Самый широкий резонанс получило проведение информационной кампании, идея которой сплотила специалистов учреждений для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, государственных служащих, работников бизнес-структур и людей, работающих в средствах массовой информации.

Создан документальный фильм «Подтверждение любви» о замещающих семьях в Карелии, которые воспитывают детей подросткового возраста. Для специалистов и замещающих родителей создан второй фильм о результатах групповой работы с семьями.

Для распространения опыта и популяризации фильмов был создан специальный сайт – (<http://подтверждениелюби.рф/>), на котором также размещены методические материалы для замещающих родителей и специалистов. В 2015 г. фильм и сайт выбраны для представления на конкурсе социальной рекламы.

В 2014 г. подготовку к замещающему попечению прошли 356 человек (представители 208 семей). Все меньше детей проживают в детских учреждениях. Увеличилось количество клубов приемных родителей: теперь в Карелии действует 9 клубов, в которых семьи получают поддержку друг друга и специалистов.

Удалось наладить партнерские отношения с детскими домами, к

сотрудничеству активно подключились компании, которые помогали разрабатывать сайт, работать над фильмами, размещать баннеры, давать информацию о процессах в сфере защиты детства и семейного устройства.

Сложности возникли в работе с преодолением стереотипов в мышлении людей. Участникам проекта удалось расширить представление о проблемах семейного устройства, обратить внимание на то, как важно всем участникам процесса научиться понимать потребности детей и учитывать их интересы в первую очередь. И здесь важную роль сыграли сами семьи, которые открыто поделились своими историями, своими трудностями и радостями.

Отсутствие межведомственного взаимодействия различных государственных структур также вносило трудности в процесс усвоения новых подходов в профилактике сиротства и жизнеустройства детей, оставшихся без попечения родителей.

Бизнес поверил в эффективность и результативность мероприятий проекта, не связанных со «стереотипной помощью» детям-сиротам.

Один из уроков проекта – если на местах есть обученные кадры, люди, болеющие за свое дело и готовые развивать его, то в деле семейного устройства детей можно очень многого достичь.



«Территория РУСАЛа»

Объединенная компания РУСАЛ, благотворительный фонд ОК РУСАЛ «Центр социальных программ», администрации городов и регионов присутствия, региональные бизнес-сообщества, некоммерческие организации и учреждения социальной сферы, жители регионов присутствия, инициативные группы граждан, СМИ

Компания РУСАЛ более 10 лет направляет социальные инвестиции в территориальное развитие и повышение качества жизни людей в регионах присутствия, в том числе, в течение 5 лет реализуя конкурсную программу развития социальной инфраструктуры и поддержки гражданских инициатив «Территория РУСАЛа». Принципиальный подход программы состоит в привлечении заинтересованных партнеров к участию в реализации, финансировании, информационной и иной поддержке проектов. В результате осуществления программы построено, отремонтировано и переоснащено более 100 объектов социальной инфраструктуры, грантовая поддержка предоставлена 2250 культурно-просветительским и оздоровительным проектам некоммерческих организаций и социальных учреждений. В 2014 и 2015 гг. доля партнерского финансирования конкурсных проектов превысила 50%. Благодаря этому компании и партнерам удастся поддержать реализацию большого числа социально значимых проектов.

В 2014 г. компания увидела необходимость повышения информированности жителей о конкурсных

проектах заявителей и проведения общественной приоритизации наиболее востребованных тем и адресности проектов. Для решения этой задачи было организовано широкое онлайн-голосование жителей регионов в поддержку проектов конкурса «Территория РУСАЛа». Результаты голосования учитывались при формировании итогового рейтинга проектов. За последние 2 года в подобном голосовании приняло участие более 35 тыс. жителей регионов. Для голосования специально создан сайт www.rusalgrants2015.ru, где открываются страницы для каждого конкурсного проекта. Заявители активно информируют о своих инициативах через соцсети. В дальнейшем планируется привлечь участников голосований к поддержке проектов по модели краудфандинга.

Реализовав к 2014 г. значительное число отдельных инфраструктурных проектов в регионах присутствия, компания преобразовала программу «Территория РУСАЛа» из программы развития городской социальной инфраструктуры в программу городского развития, направленную на создание современных общественных пространств, с центральным фокусом

на вовлечение активных горожан в процессы улучшений и реализации собственных инициатив благоустройства и организации событий. Для вовлечения жителей и обучения активистов и заинтересованных в этой деятельности организаций компания провела в 6 регионах присутствия серию форумов «Город будущего». Участники форумов обучены основам урбанистики, подготовке инициатив и проектов в малых городских преобразованиях. С 2015 г. заявки инициативных групп и некоммерческих организаций участвуют в специально созданной номинации «Город идей» конкурса «Территория РУСАЛа».



«Молодежь голосует за здоровье!»

Фонд «Устойчивое развитие» (ФУР), фонд Алкоа в партнерстве с российскими предприятиями Алкоа в Белой Калитве (ЗАО «Алкоа Металлург Рус») и Самаре («Алкоа СМЗ»)

Программа разработана и выполняется с 2011 г. Она состоит из нескольких компонентов: приобретение и установка уличных фитнес-тренажеров в школьных дворах; составление и внедрение берегающих здоровье занятий на уличных тренажерах и проведение факультативных уроков здорового образа жизни (ЗОЖ); организация фестивалей, конкурсов и занятий по ЗОЖ для школьников разного возраста.

В результате в городах появились 17 дворовых площадок, где установлено 170 уличных тренажеров с фитнес-тренажерами. Всего за пять лет более 5000 школьников разного возраста и другие жители Самары и Белой Калитвы прошли обучение по специальным программам оздоровления на уличных тренажерах и продолжают активно заниматься в любое время года. Созданы около

30 новых интерактивных уроков по ЗОЖ, которые прошли в 16 школах Белой Калитвы и района и 10 школах Самары. Создана мода на здоровый образ жизни среди молодежи и жителей на территории присутствия бизнеса в сотрудничестве с НКО.

В каждом городе ежегодно проводились фестивали «Молодежь голосует за здоровье!», которые позволили привлечь внимание школьников и учителей, родителей, городских школ, департаментов образования и здравоохранения, местного бизнеса и администрации к проблемам здорового образа жизни молодого поколения, к инновационным технологиям создания здоровой функциональной среды в городах, способствующей позитивному развитию молодежи.

Программа реализуется в тесном сотрудничестве с городской

властью и пользуется поддержкой местного населения. Направленная на формирование общих для всех ценностей здорового образа жизни, она объединяет жителей города, предприятие и местную власть.

Программа вносит существенный вклад в консолидацию общества и укрепление социального партнерства бизнеса, власти и общества на территории ее реализации. Она позволила получить апробированный конкретный пример для тиражирования данной инновационной технологии здорового образа жизни для молодежи в другие регионы страны.

Проект «Молодежь голосует за здоровье!» вошел в библиотеку лучшего российского опыта по формированию здорового образа жизни, одобренную министерством здравоохранения и социального развития РФ.



«Мир исследователей Henkel»

Henkel, Рурский университет (г. Бохум, Германия) и музей «Экспериментаниум»

С 2014 г. компания Henkel реализует в России образовательную инициативу «Мир исследователей Henkel», направленную на развитие интереса ребенка к науке и окружающему миру. Инициатива, рассчитанная главным образом на детей младшего школьного возраста, устанавливает новые стандарты в отношении целостного взгляда на учебную среду и подачу материала. Ребенок получает возможность погрузиться в увлекательный мир науки и попробовать себя в роли настоящего ученого: он проводит эксперименты, анализирует результаты и учится обмениваться информацией с научным сообществом на примере своих юных коллег.

Образовательный курс разработан профессором кафедры «Дидактика химии» Рурского университета (г. Бохум, Германия) Катрин Зоммер (Frau Prof. Dr. Katrin Sommer) совместно со специалистами компании. Программа состоит из двух модулей – «Клеи» и «Устойчивое развитие». Henkel обладает серьезной экспертизой в данных областях, основой для которой послужили собственные исследования компании. Именно поэтому материалы и факты, которые получают дети на занятиях в рамках инициативы, гораздо шире школьной программы.

Программа стартовала в Германии в 2011 г. Лабораторные уроки пользовались огромной популярностью среди школьников, поэтому принято решение развивать инициативу и в других странах. Международный дебют программы состоялся в России.

Для успешного запуска и реализации проекта Henkel требовался

надежный партнер, способный предоставить не только пространство для реализации практической стороны инициативы – экспериментов, но и квалифицированных преподавателей. Такую поддержку Henkel получила со стороны уникального в своем роде музея «Экспериментаниум», где детей учат познавать окружающий мир во время игры. Сотрудники музея – выпускники ведущих технических вузов страны, пройдя тренинг в штаб-квартире Henkel в Дюссельдорфе, стали первыми преподавателями. С этого момента около 300 детей посетили бесплатные занятия в музее по выходным дням. Henkel открыла двери для всех желающих в увлекательный мир науки и окружающей среды.

Успешное партнерство компании Henkel с музеем позволило «Миру исследователей» не только успешно стартовать в России, но и выйти на новый уровень. К программе подключились общеобразовательные школы Москвы и Энгельса (города, с которого начиналась история Henkel в Рос-

сии). Открытые уроки «Мира исследователей Henkel» представлены на площадках различных социальных мероприятий, таких как Skolkovo Startup Village, фестиваль немецкого языка и культуры «Немецкий в кубе», а также на фестивале «Под парусами детства» в Московском дворце пионеров, приуроченном к Международному дню защиты детей. За год существования программы в России занятия посетили более 1 500 школьников, и их число продолжает расти. Инициатива получила самые положительные оценки от непосредственных участников – детей, родителей, учителей, волонтеров и партнеров.

Опыт сотрудничества с музеем «Экспериментаниум» показал, что надежный партнер – важная составляющая успешной реализации проектов в социальной сфере. В планах компании – дальнейшее расширение инициативы и подключение к ней новых образовательных учреждений и организаций в различных регионах России.



«10 миллионов деревьев»

Фонд Алкоа, фонд «Русский углерод», фонд социально-экологической реабилитации Самарской обл. при содействии ОП Самарской обл. и регионального Министерства лесного хозяйства, сотрудники ЗАО «Алкоа СМЗ, волонтерский корпус 70-летия Победы, студенты самарских вузов, члены ассоциации «Обращение с отходами»

Более двадцати восьми тысяч деревьев было высажено в регионах присутствия Алкоа – Самарской и Московской областях с начала 2015 г. По предварительным подсчетам, только появившийся в Подмоскovie лес поможет поглотить порядка 1500 тонн углекислого газа в течение 60 лет, что равноценно углеродному следу человека, слетавшего из Москвы в Нью-Йорк и обратно 1500 раз.

Две масштабные акции по высадке саженцев деревьев состоялись в Самарской области на территории Ставропольского и Новобуянского лесничеств. Акции по посадке леса стали очередным вкладом в программу фонда Алкоа

«10 миллионов деревьев», начатую в 2003 г. Ее цель – к 2020 г. посадить 10 млн деревьев, способных поглотить до 250 000 тонн углекислого газа в год. По итогам акций, более 8 тыс. молодых деревьев появились в Новобуянском лесничестве и порядка 4 тыс. – в Ставропольском. Основными породами, которые высаживали участники, стали сосна и ясень.

Мероприятия по озеленению лесничеств стали вкладом в региональную программу восстановления лесов, пострадавших от пожаров.

В Московской области к 70-летию Победы был посажен «Лес победителей». В деревне Языково

Дмитровского района под руководством специалистов местного лесничества волонтеры посадили 16 000 дубов, елей и сосен на 4 гектарах земли.

Также прошли акции по озеленению в городах присутствия компании: в Самаре на одном из проспектов появилась аллея пирамидальных тополей; в парке «Северное Тушино» были высажены кустарники сирени сортов, посвященных Победе. Акции по посадкам деревьев также продолжились осенью в рамках традиционного «Месяца служения обществу».



«Детские больницы под защитой Domestos»

Unilever (бренд Domestos), Детская клиническая больница № 11 г. Екатеринбурга, педиатрическое отделение № 3 клиники ГБОУ ВПО СΠБГΠМУ

Одним из основных прав человека является право на свободный доступ к санитарным услугам. К сожалению, приблизительно у 2 500 000 человек в мире нет доступа к нормальным санитарным условиям. В особой группе риска находятся дети, проходящие лечение в больницах. Из-за прямого контакта с санузлами общего пользования они подвержены различного рода инфекциям, которые могут привести к недостаточности питания, анемии и задержке развития, не считая их отрицательных последствий для иммунной системы. Однако инфекции – это не единственное, чему подвержен ребенок в больнице. Пребывание в стационаре без родителей, лечение, врачи, незнакомая обстановка – все это может вызвать негативные эмоции, страх и повлиять на процесс выздоровления. Поэтому очень важно, чтобы помимо правильного лечения дети находились не только в гигиеничной, но и в комфортной обстановке.

В рамках всероссийского проекта «Детские больницы под защитой Domestos» бренд Domestos проводит благотворительные кампании, направленные на оказание помощи детским больницам России. В 2014 г. Детская клиническая больница № 11 Екатеринбурга получила 3 000 000 рублей на проведение ремонтных работ и улучшение условий пребывания детей в стационаре. В рамках акции каждый желающий мог внести свой вклад в ремонт детских медицинских учреждений нашей страны и позаботиться о том, чтобы дети лечились в достойных условиях. За каждую купленную литровую упаковку универсального чистящего геля объемом 1 литр торговой марки Domestos со стикером акции Unilever перечислял установ-

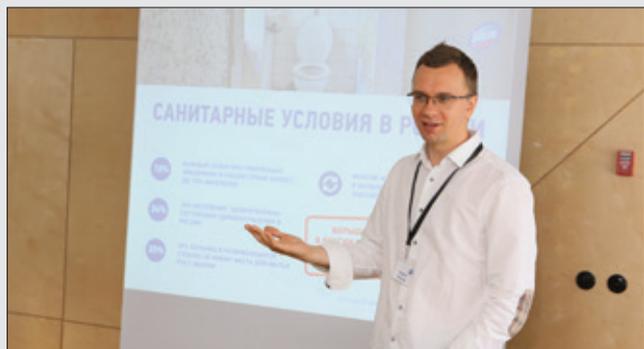
ленную сумму для формирования фонда помощи детской больнице. На сайте www.domestos.ru можно было принять участие в выборе больницы, которая должна была получить собранные в результате акции средства. В конкурсе участвовали четыре лечебных учреждения из Нижнего Новгорода, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга и Мытищ Московской области. С 1 апреля по 30 июля 2014 г. было использовано 8 000 000 единиц товара, а в голосовании приняли участие почти 5 000 человек.

С 2015 г. компания помогает педиатрическому отделению №3 клиники ГБОУ ВПО СΠБГΠМУ в Санкт-Петербурге: до сентября проведены ремонтные работы во всех туалетах отделения.

Произведен не только ремонт и улучшены туалеты во всем педиатрическом отделении, но и создана по-настоящему комфортная обстановка, благодаря размещению в них ярких и забавных картин известного иллюстратора Фила Дунского. Все иллюстрации объединены одной темой: детские страхи и их преодоление. Запоминающиеся

образы и яркие краски позволяют создать гармоничную обстановку и наглядно покажут малышам, что даже самый большой страх всегда можно победить.

Основной сложностью, с которой бренд столкнулся как во время подготовки акции, так и во время ее осуществления, является то, что сегодня состояние общественных туалетов не принято обсуждать, особенно в России. Несмотря на то, что проблема сама по себе несет множество серьезных последствий, прогресс по ее решению пока нельзя назвать активным. Одной из основных причин отсутствия успеха в области санитарии и гигиены является нежелание говорить о «неудобной» проблеме. Именно поэтому Domestos во всем мире стремится не просто предоставлять материальную поддержку и экспертизу, но и постоянно вести дискуссию с потребителями, партнерами, представителями СМИ и государственными органами об улучшении санитарных условий и обучении населения в каждой отдельной стране правилам гигиены.



«Благотворительность вместо сувениров»

Фонд помощи хосписам «Вера», CAF, Delloite, холдинг «Открытие», Tashir, Toyota Bank

В условиях кризиса, когда многие компании сократили свои траты на благотворительность или вообще от них отказались, фонд помощи хосписам «Вера» предлагает легкий и удобный способ для российских компаний продолжать поддерживать тех, кому нужна помощь.

Фонд «Вера» – некоммерческая организация, которая регулярно поддерживает хосписы и их пациентов по всей стране. Это взрослые и дети, которых нельзя вылечить, но которым можно помочь. В фонде убеждены, что боль нельзя терпеть, и главная цель сотрудников фонда и персонала хосписов – избавить от страданий неизлечимо больных людей и обеспечить им достойную жизнь без страха до самого конца. Для этого нам ежемесячно необходимы огромные деньги, которые удастся собирать в том числе и с помощью корпоративных благотворителей.

Идея акции «Благотворительность вместо сувениров» принадлежит британскому фонду CAF. Суть в том, чтобы сократить количество или стоимость корпоративных сувениров, которые принято дарить сотрудникам и партнерам, а часть сувенирного бюджета передать на благотворительность. Фонд «Вера» подхватил эту идею, и в 2014 г. в акции приняли участие 28 компаний, собрав в пользу подопечных фонда 15 млн рублей. Вместо привычных корпоративных подарков компании рассылали своим партнерам эксклюзивные открытки, которые подготовили для фонда «Вера» безвозмездно художники-профессионалы. Вырученная от акции сумма была направлена пациентам хосписов, неизлечимо больным взрослым и детям.

В 2015 г. фонд также участвует в акции на Новый год и 8 марта. В этом году открытки для акции нарисовал художник-аниматор Леонид Шмельков, автор мультфильма «Мой личный лось», получившего

специальный приз жюри на Берлинском кинофестивале.

Сложности. Так как фонд старается уменьшить все затраты, то приходится искать типографии, которые могут выполнить работы по печати открыток pro bono, художники также рисуют иллюстрации pro bono. Это занимает больше времени, чем коммерческие проекты, поэтому подготовка к новогодней акции начинается еще в мае.

Есть еще один повод начать раньше. Маркетинговый или сувенирный бюджет у разных компаний планируется по-разному, но у многих – в начале года. Поэтому и думать об этой акции лучше заранее. Хотя некоторые компании, которые не успевают поучаствовать в акции к Новому году, присоединяются на другие праздники, например, к 8 марта.

Принять участие в акции может любая организация, решившая полностью или частично направить сувенирный бюджет на благотворительные цели.



В сборнике опубликованы кейсы:

ОМК*, стадион п. Новосинеглазовский, администрация п. Новосинеглазовский, **ОАО «Трубодеталь»**, газета «Новости в деталях», спортклуб «Арена»

ОМК и социальный приют «Возрождение»

ABBVIE и фонд помощи детям с нарушениями иммунитета «Подсолнух»

AMWAY, «ОПОРА РОССИИ», вузы и другие

BAYER и Душевный Bazar

En+ Group и экологические, общественные организации, представители муниципальных органов власти территорий

EN+ Group и Фонд «Возрождение земли Сибирской»

LG Electronics, и «ЮТэйр», «Эльдорадо», волонтерские и молодежные организации

МЭОО «ЭКА», **Агентство «Велес»**, Министерство природопользования и экологии РФ, **PepsiCo**, учительский портал «Педсовет»

Национальный Совет по корпоративному волонтерству, Ассоциация Менеджеров, **РУСАЛ** и «Леруа Мерлен», **Nestle**, «Эльдорадо», **ABBYU**, «Гузвичофф», «Сделаем!», **Presscorp**, «Сфера экологии»

Урановый холдинг АРМЗ, фонд развития Забайкальского края, краевые и городские власти, фонд «Наше будущее»

Благотворительный фонд «Система», **ГК МЕДСИ** и Департамент социальной защиты г. Москвы

БФ «Восточный» и банк «Восточный экспресс банк»

ФК "УРАЛСИБ", БДФ «Виктория», Министерство социального развития и семейной политики, органы опеки и попечительства Краснодарского края, администрация Армавира

БФ «Система», МГУ им. М.В. Ломоносова, Министерство образования и науки РФ, Агентство стратегических инициатив и др.

БФ «Дорога к дому», **ПАО «Северсталь»**, Национальный благотворительный фонд, департамент здравоохранения вологодской области, Специализированный дом ребенка №2, комитет социальной защиты населения и управление образования мэрии Череповца

Интернет магазин Ескай.ру и БФ «Настенька»

Coca-Cola Hellenic, Бюро ЮНЕСКО в Москве и региональные организации

Coca-Cola Россия, Министерство спорта РФ и Российский футбольный союз

АО КПМГ, Министерства здравоохранения и социальной политики Нижегородской области, фонд Firefly

АНО «Масс-Медиа-Центр», Ассоциация земледельцев Новосибирской области, **ОАО «Аэропорт Толмачево»**, **СТЦ «МЕГА»**, **Западно-Сибирская железная дорога (филиал ОАО «РЖД»)** и **ООО «Новосибирскрегионгаз»**

«МегаФон» и Фонд развития тенниса Санкт-Петербурга

«МегаФон» и БФ «Измени одну жизнь»

«Нестле Россия» и НКО, работающие с детьми

«Нестле Россия», Института возрастной физиологии РАО, Министерство образования и науки РФ, региональные департаменты образования, образовательные учреждения

ГМК «Норильский никель», Дом детского творчества №1, власти и жители пгт Никель, Инициативная группа общественной организации «Сотрудничество»

«ГМК «Норильский никель» и ДОСААФ России Таймырского Долгано-Ненецкого муниципального района при участии Комиссии по безопасности дорожного движения, управления образования, управления по делам молодежи, семейной политике и спорту, отдела ГИБДД ОМВД России, Общественного совет при ОМВД России по ТДНМР и др.

PepsiCo Россия и Фонд детского спорта

Дирекция железнодорожных вокзалов – филиал ОАО «РЖД» и БФ «Расправь крылья» при поддержке СРЦ «Красносельский», БФ «Найди меня мама», православной службы «Милосердие», некоммерческой организации Samusocial Moskva и др.

Экспертная группа по государственной молодежной политике Общественного совета при Министерстве культуры Пермского края, Центр социально-гуманитарных технологий, консультационных услуг, молодежных проектов и программ «Молодежный эксперт» Пермского края

«Металлоинвест», Российский онкологический научный центр им. Н. Н. Блохина (РОНЦ), благотворительный фонд «Национальный Фонд Поддержки Здоровья Женщин»

«Сахалин Энерджи», администрация Корсаковского городского округа, представители общественности

Семейный центр «Лада», **ОАО «Нижфарм»**, НАННО «Служение», волонтерское движение «Милосердие», Министерство социальной политики Нижегородской области

Подворье Патриарха Московского и всея Руси храмов Николо-Перервинского монастыря Москвы, **ЗАО «Сити-XXI век» (ГК «Новард»)**, БФ социальной поддержки и помощи населению «Неопалимая купина», Правительство Москвы

Фонд продовольствия «Русь», компания «Келлогг Русь», региональные некоммерческие организации

Фонд «Со-единение» при поддержке компании «Северсталь», Правительства Московской области, Всероссийского общества слепых (ВОС) и Общества социальной поддержки слепоглохих «Эльвира»

«Стрим», **МТС**, «МТС-Банк», «Детский Мир», БФ АФК «Система»

«Ферреро Руссия» и Общероссийская информационно-поисковая система для усыновителей «Видеопаспорт»

ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг», Центр развития некоммерческих организаций (ЦРНО), благотворительный фонд «Добрый город Петербург»

ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг», Фонд поддержки и развития филантропии «КАФ»

Центр диагностики и консультирования республики, Карелия БФ Елены и Геннадия Тимченко и БФ «Ключ»

Объединенная компания РУСАЛ, благотворительный фонд ОК РУСАЛ «Центр социальных программ», администрации городов и регионов присутствия, региональные бизнес-сообщества, некоммерческие организации и учреждения социальной сферы, жители регионов присутствия, инициативные группы граждан, СМИ

Фонд «Устойчивое развитие» (ФУР), фонд Алкоа в партнерстве с **российскими предприятиями Алкоа в Белой Калитве (ЗАО «Алкоа Металлург Рус») и Самаре (Алкоа СМЗ)**

Henkel, Рурский университет (г. Бохум, Германия) и музей «Экспериментаниум»

Фонд Алкоа, фонд «Русский углерод», фонд социально-экологической реабилитации Самарской обл. при содействии ОП Самарской обл. и регионального министерства лесного хозяйства, **сотрудники ЗАО «Алкоа СМЗ»**, волонтерский корпус 70-летия Победы, студенты самарских вузов, члены ассоциации «Обращение с отходами»

Unilever (бренд Domestos), Детская клиническая больница № 11 г. Екатеринбург, педиатрическое отделение № 3 клиники ГБОУ ВПО СПбГПМУ

Фонд помощи хосписам «Вера», CAF, **Deloitte**, **Открытие**, **Tashir**, **Toyota Bank**

*Выделены коммерческие организации.



Социальное партнерство в России
Сборник лучших практик

Главный редактор – Татьяна Бачинская



Центр развития филантропии
«Сопричастность»

Бизнес ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ
& **БЩЕСТВО**

Россия, Москва, 127055, ул.Новослободская, 62-19, оф.294
Контакты: (499) 972 18 06
www.b-soc.ru
info@b-soc.ru