



Благотворительный
фонд Гарант



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ
ФОНДА
ПРЕЗИДЕНТСКИХ
ГРАНТОВ



МОТИВЫ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

ЖИВЫЕ ПРИМЕРЫ ОПЫТА
БОЛЬШОГО И МАЛОГО БИЗНЕСА
РЕГИОНОВ РОССИИ



Сборник подготовлен
Благотворительным Фондом развития сообщества «Гарант»
в рамках проекта
**«ОТ РАЗОВОЙ ПОМОЩИ К СИСТЕМНОМУ СОТРУДНИЧЕСТВУ:
РАЗВИТИЕ ПОТЕНЦИАЛА НКО В ПРИВЛЕЧЕНИИ
МЕСТНЫХ РЕСУРСОВ И ВЫСТРАИВАНИИ ПАРТНЕРСТВ
ДЛЯ РЕШЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ЗАДАЧ»**
при финансовой поддержке Фонда президентских грантов

**Благотворительный Фонд развития сообщества «Гарант» благодарит за помощь
в создании этого сборника своих партнеров и коллег:**

- Автономную некоммерческую организацию Региональный центр инициатив «Шаги к успеху» г. Боготол
- Автономную некоммерческую организацию содействия развитию некоммерческих организаций Владимирской области и межнациональных отношений «Дом некоммерческих организаций Владимирской области» г. Владимир
- Воронежскую региональную общественную организацию «Молодое Черноземье» г. Воронеж
- Нижегородскую региональную общественную организацию содействия социальному развитию «Служение-НЕКСТ» г. Нижний Новгород
- Фонд «Сибирский центр поддержки общественных инициатив» г. Новосибирск
- Автономную некоммерческую организацию «Ресурсный центр поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций» г. Севастополь
- Хабаровскую региональную общественную организацию «Центр общественных инициатив «Ладь» г. Хабаровск
- Автономную некоммерческую организацию «Ресурсный центр поддержки некоммерческих организаций и гражданских инициатив» г. Ярославль

А также Фонд «Гарант» благодарит автора-составителя сборника -
Лию Сидлину, ведущего эксперта Центра инновационных экосистем
в социальной сфере Института социально-экономического
проектирования НИУ ВШЭ.

СОДЕРЖАНИЕ

2 Введение

3 Такие личные отличные мотивы

4 Музыка нас связала

6 «Доброе радио» — добро по профилю

8 От тюрьмы и от сумы не зарекайся

10 Рука об руку

12 Круг замкнулся

14 Путёвка в жизнь

16 Корпоративные мотивы

18 О, спорт, ты — жизнь!

20 Круговорот вещей в природе

22 Бег во благо

24 Истории успеха: международная сеть vs локальный бизнес

26 Коммуна 21 века

28 Благотворительность по профилю

30 Бизнес-задача — путь в социальные проекты

32 Щедрый не только по вторникам

34 Открытые правила большого бизнеса

37 Где же искать партнёров?

40 Заключение

ВВЕДЕНИЕ

От автора-составителя



Сегодня почти каждый бизнес, так или иначе, занимается благотворительностью. Разнятся только мотивы, причины и задачи такой деятельности. Любопытно, что для малого и среднего бизнеса причины очень часто совпадают с личными мотивами обыкновенного человека. Ведь малый бизнес — это часто семейная история, где включение в глобальную повестку не главное, где нет места корпоративным подходам, сложным согласованиям.

В данной брошюре мы расскажем вам о мотивах, побудивших заниматься благотворительностью (в самых разных её проявлениях) учредителей, создателей, руководителей бизнесов самого разного размера, возможностей и географического присутствия. На этих примерах становится понятным, что все ограничения, которые видятся бизнесу, только размышляющему о том, как сделать что-то хорошее для общества, иллюзорны. Если есть желание и цель что-то изменить, понимание, где и как искать партнёров — всё остальное сложится. «Вижу цель, не вижу препятствий», — говорил обыкновенный герой известного фильма про современных волшебников. Так и герои нашего издания: поняли, на что хотят повлиять; нашли (или создали) надёжных партнёров в лице благотворительных фондов и НКО; запустили цепочку изменений. Чем не волшебство?



ТАКИЕ ЛИЧНЫЕ ОТЛИЧНЫЕ МОТИВЫ

Личные мотивы — самый распространённый подход-основание для запуска социальных изменений среди представителей малого и среднего бизнеса. Сиротство, тяжёлое детство, болезни родных, сложный карьерный путь, личная борьба с зависимостями или перенесённые тяготы исправительных учреждений — все эти причины, накладывающие отпечаток на жизнь конкретного человека, при достижении им определённого материального достатка становятся триггером и мотивом для помощи тем, кто оказывается в подобной ситуации. Такая помощь идёт от души, и в зависимости от целей, первых результатов, возможностей и заложенного бюджета, может стать либо разовой, либо системной. Наградой (результатом) становится личное удовлетворение от хорошего поступка, изменение качества жизни того, кому помогают, общественное признание.

Интересно, что в ситуациях, когда бизнесмены хотят держать руку на пульсе всех поддерживаемых проектов, иметь возможность получать на них дополнительное финансирование из различных источников (государственные и частные гранты, пожертвования — частные и корпоративные) — создаётся некоммерческая организация или благотворительный фонд под управлением близкого лица — родственника или друга.

Среди личных мотивов встречается и мотив наследования — когда в семейном бизнесе благотворительные инициативы переходят от старшего собственника по наследству младшим. Также некоторые мотивы могут идти от характеристик культурного кода конкретного человека. Как, например, заложенные с давних пор уважение и забота о детях и старшем поколении (мусульманство, народы Кавказа) или забота о религиозных зданиях и сооружениях (христианство). Появление и развитие бизнеса помогает традиции поддерживать, и эти личные мотивы становятся профильными в благотворительности организации.

МУЗЫКА НАС СВЯЗАЛА



Город Боготол Красноярского края совсем небольшой — менее 20 тысяч жителей. Но даже в небольшом городе присутствует малый и средний бизнес, один из которых — ООО «Немецкие окна» (продажа и изготовление пластиковых окон и межкомнатных дверей) сегодня перешагнул 20-летний рубеж с момента создания. Руководитель организации (численность которой не превышает 10 человек) — Александр Юрьевич Ведибеда.

В городе более 5 лет работает **благотворительный фонд «Сила Сибири»**. Целевые группы фонда — жители Боготола, люди с ограниченными возможностями, активная творческая молодёжь, люди «серебряного возраста» и категории 75+.

О программах и достижениях «Силы Сибири» активно пишут местные СМИ (газеты «Земля боготольская», «Боготольский курьер», издания «Красноярский рабо-

чий», «Причулымье»). И так как в маленьком городе все, как правило, друг о друге знают всё, то когда к Александру Юрьевичу обратился с просьбой директор фонда Денис Сергеевич Олейник, встреча состоялась очень скоро. Темой встречи была поддержка Малого городского конкурса юных исполнителей им. П. И. Чайковского. В Красноярском крае всего несколько общеобразовательных школ, на базе которых существуют ещё и музыкальные школы. И так совпало, что сам бизнесмен в своё время получил музыкальное образование именно в той самой четвёртой школе города Боготол, на базе которой проводился конкурс. За кадром остаётся, что это было — неожиданное совпадение или тщательная подготовка и изучение потенциального партнёра. Но понятно одно — обращение о помощи затронуло те самые личные воспоминания, пережитый опыт, которые и поспособствовали принятию положительного решения.



Президент фонда сказал, что у них есть желание провести такой конкурс, неплохо бы было поощрять детей, тем более дети многого не требуют, можно для начала сладкими подарками. Это будет и поощрение, и стимул для ребёнка заниматься музыкой. Я сразу согласился, потому что в наше время такого не было, и мы решили попробовать... Потом у меня появилась идея, что сладкие подарки — это как-то обыденно, в современном мире уже не составляет трудности получить детям сладости, и у детей, возможно, какие-то другие запросы, более серьёзные, поэтому, вероятно, их надо поощрять в денежном виде, чтобы они могли приобрести именно то, что им нужно», — говорит Александр Юрьевич.



Ребята данной школы несколько часов в день, после обучения, тратят на занятия на музыкальных инструментах. Это большой труд, упорство, и не все дети, я точно знаю, выдерживают... Нужно не просто выучить программу, а сыграть её музыкально, показать характер пьесы, нужно ещё и собраться, проявить свои волевые качества, сыграть всё перед зрителями, родителями, комиссией. Именно за это мы этих детей и поддерживаем. Они видят свой результат. Важно сказать, что первые несколько лет мы поддерживали только детей, впоследствии мы увеличили призовой фонд и стали поддерживать руководителей, которые их готовят. Отмечаются все — от аккомпаниаторов до педагогов. Ведь подготовка детей — это тоже большой труд», — дополняет директор фонда.

Уже 5 лет бизнесмен помогает в проведении конкурса. Талантливые дети-победители, ученики музыкальных школ Боготола и Боготольского района, а также их преподаватели получают денежные сертификаты. Суммы сертификатов невелики — от 100 до 2000 рублей, но это те средства, которые дети зарабатывают своим талантом и распоряжаются самостоятельно. Сегодня у конкурса 6 меценатов — представителей бизнеса (4 основных партнёра, которые поддерживают конкурс из года в год, и 2 партнёра, оказывающих поддержку

по мере возможности). Что характерно, именно представители бизнеса являются инициаторами ежегодного увеличения призового фонда.

Бизнесмены поддерживают и другие программы фонда, а также переводят средства на уставную деятельность организации. В основе сотрудничества лежат личные договорённости и репутация руководителя фонда — отслеживать результаты деятельности в маленьком городе несложно.

«ДОБРОЕ РАДИО» — ДОБРО ПО ПРОФИЛЮ



Жизнь большого города сопровождается постоянным шумовым фоном — машин и другого транспорта, предприятий, большого количества людей, музыки из разных источников, самым значимым из которых является радио. Мы слушаем радио дома, в машине, на прогулке, на отдыхе.

В маленьких городах всё по-другому. Можете ли вы представить город без своего радио? Таким — среди многих других — был до недавнего времени город Боготол. Пока в 2019 году генеральный директор ООО «НИКА» (услуги по ремонту и продаже бытовой и оргтехники) Сергей Николаевич Некрашевич не открыл сначала одну радиостанцию — молодёжную, «Новое радио», а затем — по настоятельной просьбе аудитории постарше, вторую — «Дорожное радио».

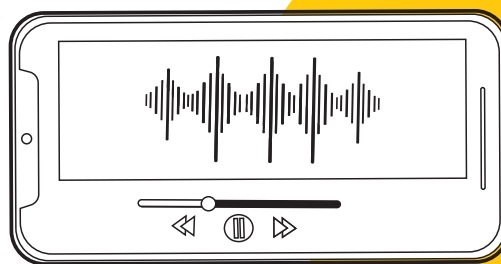
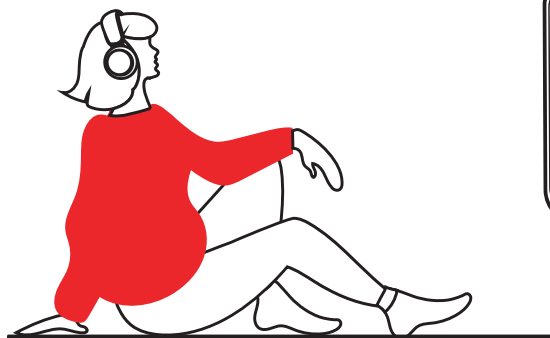
А в это время представители АНО Регионального центра инициатив «Шаги к успеху» (специализирующиеся на поддержке НКО, инициативных групп граждан, гражданских активистов), после знакомства с «Добрым ТВ» (проектом Центра социальных технологий «Гарант», Благотворительного фонда развития сообщества «Гарант» и Архангельской государственной телерадиокомпании «Поморье»), вынашивали идею создания «Доброго радио Боготол». Которое бы освещало деятельность некоммерческих организаций города, рассказывало о социальных проектах и лучших благотворительных практиках, о конкретных людях — благотворителях и гражданских активистах, живущих по соседству. Так совпали добрые намерения одного бизнесмена раскрасить жизнь горожан и некоммерческой организации — задумавшейся о том, как познакомить слушателей с добрыми делами в городе. Не нужно было больших денежных затрат, чтобы придумывать новый проект с нуля, а лишь вписать «страничку» в уже существующую инициативу.

Сергей Николаевич идею «Доброго радио» одобрил, и сегодня жители Боготола 2 раза в месяц слушают короткие выпуски социальной рекламы.



Я открывал это не для того, чтобы зарабатывать. Конечно, частично был и такой умысел, но пока это приносит какие-то небольшие денежные средства за рекламу. Вообще, это делалось для того, чтобы в городе радио было, играло, его слушали», — говорит Сергей Николаевич.





...Мы совместно готовим ролик, его надо записать, запустить это в эфир, поставить в расписание. Помогаю технической частью, записью ролика, размещением на обеих радиостанциях. И после этого целый день радиослушатели слушают этот аудиоролик и понимают, что у нас в городе есть, что происходит», — отмечает предприниматель.



... Мы и мечтать не могли о том, что это будет 2 раза и на двух радиоволнах. Это была полностью его инициатива. Также Сергей Николаевич взял на себя все расходы не только по выпуску в эфир, но и по записи выпуска. Когда мы поинтересовались о стоимости и об оплате одного выпуска, он сказал: «Неважно, сколько. Вам — нисколько. Это же «Доброе радио»!» — говорит Ольга Александровна Симон, директор «Шаги к успеху».

В пандемию радио очень выручало жителей — все сидели по домам, и у каждого было, что послушать. Есть планы по развитию радио — например, выпуск передач «Добрый город Боготол», где в прямом эфире или записи ведущий будет общаться с теми, кто делает жизнь в городе лучше и добрее.

Это не первый опыт благотворительной деятельности «НИКИ» — не первый год организация ремонтирует и передаёт на добрые дела бытовую и оргтехнику (работа прямо по профилю!), а ещё усилиями сотрудников безвозмездно отремонтировано и установлено цифровое телевидение для детского хирургического отделения местной больницы.

«Доброе радио» — несложный в реализации проект, точно совпавший по профилю с деятельностью коммерческой компании. В этом, и ещё в бизнесе «с человеческим лицом», — залог сотрудничества, которое, хочется надеяться, будет долгосрочным и успешным.



ОТ ТЮРЬМЫ И ОТ СУМЫ НЕ ЗАРЕКАЙСЯ



Личный опыт у каждого разный. Героя этой истории не сломали «места отдалённые». Наоборот, отсидев положенный срок, он смог и построить свой бизнес и помогать людям начинать новую жизнь после тюрьмы. Анатолий Евгеньевич Малахов руководит **ИП «КФХ»** — рыбным хозяйством по разведению осетровых и других видов рыб. Его супруга, Наталья Викторовна Малахова, — генеральный директор **АНО по реабилитации и адаптации лиц, освобождённых из мест лишения свободы «Назорей»** (город Воронеж). Организация создана в 2001 году на средства Анатолия Евгеньевича, который и по сей день совмещает развитие рыбного бизнеса с должностью заместителя генерального директора «Назорей». Почему у НКО такой профиль деятельности?

« Это не секрет. Я ранее и сам судимый, сидел. Начало 90-х. Люди заходили в тюрьму и рассказывали, свидетельствовали о том, как они изменили свою жизнь, и меня это затронуло..., и я стал задумываться, как можно помочь людям, которые освобождаются. Это вот моё», — говорит Анатолий Евгеньевич.

Сотрудники «Назорей» выезжают в колонии, рассказывают о своей организации, оставляют брошюры с информацией и контактами. И заключённые знают, куда им можно обратиться за помощью после отбытия срока наказания.

« Нет определённых факторов, принципов. Нуждается человек — пришёл. Я даже не спрашиваю, за что человек сидел, или ещё что-то. Просто ему нужна помощь», — поясняет Анатолий Евгеньевич своё отношение к подопечным.

Основные усилия организации направлены на реабилитацию бывших осуждённых. В первую очередь в центре «Назорей» им предоставляется временный кров, всё для обустройства. Питание, помощь с трудоустройством и оформлением потерянных документов. Обращающихся за помощью отправляют на медицинское освидетельствование, уточняют специализацию и квалификацию, навыки и возможности. Часть пришедших Анатолий Евгеньевич трудоустраивает к себе на рыбное хозяйство, ремонт или строительство. Другим оформляет сопроводительные письма и ходатайства для работы в определённых организациях в городе.



С 2001 года через «Назорей»
прошло 10 000 человек.



Представьте, насколько в финансовом эквиваленте они принесли экономическую выгоду для государства. Эти люди не пошли и не совершили преступление. Не нанесли увечья кому-то. Эти люди, которых теперь не содержит государство, не сидят в тюрьме. Они живут на свободе, работают, зарабатывают... Не все любят вспоминать этот период жизни. Кто-то возвращается и благодарит, кто-то забывает про это. Главное, чтобы обратно в тюрьму не попадали», — так отзывался бизнесмен о результатах своей работы.

Благодаря возвращению в коммерческой среде Анатолий Евгеньевич привлекает к поддержке организации и других коммерческих партнёров. Торговые сети передают еду, производители текстиля — постельные принадлежности, выделяют средства на покупку бытовой техники. Проводятся совместные мероприятия и с государственными структурами — ФСИНом России по Воронежской области, Департаментом социальной защиты Воронежской области. Грамотные чиновники понимают, какие «дыры» в социализации заключённых закрывают малый бизнес и АНО, и оказывают организации всяческую поддержку.

У четы Малаховых много планов. Реабилитация наркозависимых, продолжение поддержки детей, чьи родители сидят в тюрьме. «Сын за отца не отвечает», поэтому такие дети не должны быть лишены маленьких радостей, и в «Назорей» провели уже несколько акций — раздавали подарки к праздникам в семьи заключённых.

Именно личная история побуждает Анатолия Евгеньевича не сдаваться, искать новые пути развития организации — и не забывать про собственный бизнес, который даёт возможность проекту быть устойчивым.

РУКА ОБ РУКУ



2 в1 — это не только маркетинговый ход или реклама. Когда коммерческая клиника учреждает благотворительный фонд, то получается экосистема, где одна организация работает на развитие и эффективную деятельность второй. Как так получается? Расскажем на примере **клиники «Эльф»** в городе Владимире и созданном учредителями клиники благотворительном фонде «Мама».

Клиника «Эльф» — одна из старейших во Владимире, работает с 1994 года. Благотворительностью директор клиники Татьяна Николаевна Питиримова занималась всегда — непростое детство и юность оставили отпечаток, хотелось помогать тем, кому было возможно. А с построением своего медицинского бизнеса возможности существенно расширились. **Владимирский областной общественный благотворительный фонд содействия и защиты материнства и детства «Мама»** был учреждён в 2008 году — для того, чтобы разделить коммерческую и некоммерческую деятельность организации и иметь возможность реализовывать масштабные проекты, привлекать новых партнёров к благотворительным инициативам. Клиника оказывает финансовую поддержку фонду, предоставляет бесплатно профильные услуги врачей — своих сотрудников.



Один из проектов — о сохранении здоровья девочки на пути превращения в девушку, женщину и маму, чтобы её здоровье позволило родить, вскормить и воспитать ребёнка. Проводятся лекции, создан дневник здоровья, ведётся противоабортная пропаганда», —

делится Татьяна Николаевна Питиримова.



Из другого нашего проекта 2014 года «Основы счастливой семейной жизни», курса из 10 интерактивных лекций, которые мы читаем в школах и колледжах города Владимира, вырос пилотный проект областного департамента образования — «Нравственные основы семейной жизни» для 7–8 классов тридцати шести школ Владимирской области», —

дополняет директор фонда Елена Анатольевна Литвинова (по совместительству заместитель директора клиники).

Запомнился жителям Владимира и области и проект «Бесплатные четверги». Один день в неделю клиника выделяла время на бесплатный приём населения неврологами, кардиологами и терапевтами.

Первыми в области сотрудники фонда при участии врачей клиники стали проводить скрининги — выездные обследования женщин для предотвращения риска развития рака молочных желёз. Врачи клиники в свободное от работы время отправлялись в разные уголки города и области — для бесплатного обследования жительниц. Проект объединил и другие общественные организации города, к нему присоединились и Общественная палата, и Законодательное собрание Владимирской области.

У клиники и фонда амбициозные планы:



Мы хотим во Владимирской области осуществить проведение третьего этапа восстановительного медицинского лечения постковидных больных. Третий этап обычно считается санаторно-курортным, но мы в состоянии проводить его здесь с помощью методик, разработанных в клинике «Эльф». У нас уже были такие пациенты, и есть своя статистика относительного того, с какими постковидными проблемами люди приходят и с каким улучшением они уходят от нас», —

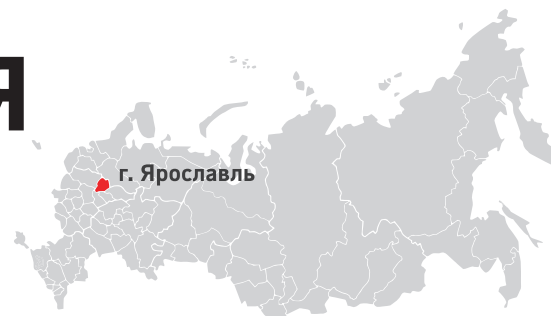
делится Татьяна Николаевна.



Для осуществления планов требуются серьёзные финансовые вложения, и фонд «Мама» участвует в конкурсе Фонда президентских грантов.

Такая крепкая взаимосвязь коммерческой организации и фонда позволила каждой организации развиваться, используя в совместных проектах навыки и знания каждой вовлечённой стороны. О клинике знают теперь по всей области, репутация её врачей и сотрудников привлекает новых клиентов. Фонду доверяют всё больше партнёров, государственных структур, некоммерческих организаций. Так, например, именно фонд «Мама» стал партнёром проекта «Белая роза» Фонда социально-культурных инициатив, с помощью которого скрининг женского здоровья пришёл в самые отдалённые районы Владимирской области. Социальная экосистема растёт и крепнет!

КРУГ ЗАМКНУЛСЯ



Ярославский бизнесмен **Николай Алексеевич Басов** — один из учредителей **благотворительного фонда «Дети Ярославии»**.

Бизнес строительный, небольшой, в штате всего 2 человека — остальные работают по договорам. Когда возникло понимание того, что хочется не только получать, но и отдавать, Николай Алексеевич вместе с Ольгой Алексеевной Канавиной учредили благотворительный фонд, где Ольга Алексеевна стала директором. У Ольги Алексеевны своя история — в своё время неравнодушные люди помогли ей справиться с тяжёлой болезнью, собрав крупную сумму на лечение. Пройдя лечение, она поняла, что теперь сама хочет и готова помогать тем, кому нелегко. Фонд работает с тяжелобольными детьми и их семьями — собирает средства на операции и реабилитации, адаптацию.

Бизнесмен помогает в ремонте помещения фонда — материалами и работой; силами организации сделали пандус для маломобильных посетителей; закупили необходимую мебель; выделяются средства на транспортные расходы. К помощи привлекаются партнёры организации — на волонтерских началах вовлекаются в строительные работы и сборку мебели.

Есть и другая помощь:



Сегодня привезу в фонд проектор, они открывают направление новое. Дети будут рисовать на песке, требуется проектор, чтобы вывести это на большой экран. Мы предоставим свой проектор в бессрочное пользование», — говорит бизнесмен.

Изначально финансирование фонда строилось исключительно на личных контактах. Привлекались друзья, друзья друзей, все площадки для мероприятий предоставлялись благодаря знакомствам, на дружеской основе приглашались и творческие коллективы, и ведущие. Молодой фонд стеснялся просить деньги у других организаций — но слухами земля полнится, и, видя результаты работы «Детей Ярославии», партнёры стали приходить в фонд сами.

Так, АО «Регион-Продукт», крупнейший в Поволжском регионе производитель снековой продукции, с каждой бутылочки проданной питьевой воды переводит в фонд определённую сумму, а «Автошкола 76» с каждого ученика-клиента переводит в фонд 100 рублей.



Производитель нетканой медицинской одежды ООО «Викамед Технолоджиз» совместно с фондом запустили благотворительную акцию «Купи маску – спаси ребёнку жизнь» в поддержку детей с онкологическими и тяжёлыми гематологическими заболеваниями. В продаже в магазинах, аптеках и медицинских учреждениях города появились защитные маски, на упаковке которых нанесён логотип фонда, а также специальный QR-код для перехода на страницу сайта фонда с подробной информацией об акции. С каждой маски в фонд перечисляется 8 копеек. «Так мало?» – скажете вы. Но за полгода действия акции было перечислено более 155 000 рублей, которые были направлены на оплату курсов лечения 8 детей.

Сотрудничает фонд и с крупным бизнесом – РЖД (благотворительный забег в День железнодорожника), KFC (экскурсии для детей, также компания предоставляет сертификаты на обеды для волонтеров фонда, еду для мероприятий). Рыбинский кабельный завод в качестве подарка сотрудникам закупил у фонда открытки, которые делали дети с различными заболеваниями.

Бизнес разного размера, связанный между собой только территорией присутствия и желанием улучшить жизнь людей на этой территории, объединился в помощи небольшому фонду, созданному другим бизнесменом с той же целью – делиться и помогать. Круг замкнулся.



ПУТЁВКА В ЖИЗНЬ



Вадим Геннадьевич Москвичёв — необычный бизнесмен. Получил среднее образование в области геодезии, мечтал стать военным хирургом, но в медицинский институт поступить не удалось. Стал геодезистом, год отработал в муниципальной службе. Основал своё предприятие, основные направления работы которого — картография, землеустройство и строительство, с филиалами в городах Хабаровске и Богородске и в посёлке Ванино. Когда готовился стать хирургом, предметно изучал в школе биологию. Этот интерес не угас — и сейчас одно из новых направлений развития бизнеса — уникальная круглогодичная технология выращивания посадочного материала для леса. Уже выращено около миллиона единиц, много высажено. Ещё одно новое направление развития бизнеса — кирпичный завод. В посёлке Ванино новых кирпичных домов не строилось уже более 20 лет — дорогие транспортные расходы делают недоступной цену жилья для жителей. Используя местное сырьё, Вадим Геннадьевич планирует строить доступное жильё, а новый кирпичный завод станет источником дополнительных рабочих мест.

Для предпринимателя важна забота о молодом поколении — чтобы детям было интересно учиться в родном крае, а студентам — возвращаться на малую родину после окончания обучения.

Схожие интересы стали поводом для знакомства на одном из мероприятий с Анжелой Григорьевной Брянкиной, руководителем **общественной организации «Побережье»**.



Мы встретились, когда только начиналась наша деятельность. И увидели, что у человека такие же приоритеты, как и у нас. У нас одинаковые ценности, мы любим наш уголок и собираемся здесь жить», — говорит Анжела Григорьевна о первом впечатлении о бизнесмене.

В тот момент «Побережье» устраивало велосоревнования для местных жителей, участников набралось приличное количество, и стало понятно, что борьба будет напряжённой, а победитель заслуживает серьёзный приз. Вадим откликнулся на запрос, и победитель соревнования получил горный велосипед. На этом сотрудничество не закончилось. Был ещё ряд экологических мероприятий, направленных на защиту Ванино — посёлок находится рядом с крупнейшим дальневосточным портом, где среди прочего происходят погрузки и разгрузки угля, пыль от которого покрывает жилые массивы; грузовиками разбиваются дороги; растёт количество заболеваний органов дыхания у населения.



Были разговоры и о создании фонда местных сообществ, с идеей обращались к предприятиям региона — но отклика не нашли. Тогда Вадим Геннадьевич Москвичёв создал свой **благотворительный фонд «Точка»**. Фонд молодой, и одним из первых его проектов стала постройка трёх теплиц в школах посёлка и района. В теплицах силами учеников высаживают саженцы лесных деревьев, ребята о них заботятся и доращивают деревья до высадки в лес. Бесплатное обучение технологиям подсадок и выращивания деревьев прошли заинтересованные учителя — для них предприниматель специально договорился с главой района об увеличении ставок. Школьники включились в эколого-исследовательскую деятельность, получают первый рабочий опыт — и как знать, может быть кто-то из них в будущем станет лесным экологом. В этом году уже удалось посадить и вырастить небольшой посадочный материал, который школы там же, на месте, смогут впоследствии продать, а вырученные деньги направить на мотивацию детей, покупку ресурсов для дальнейшего обучения.

Есть идея и о финансировании продолжения данной программы:

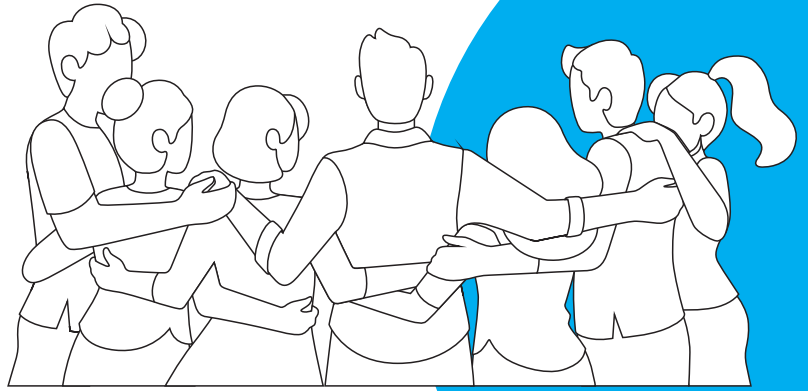


Мы предварительно договорились, что на осенних каникулах наши делегаты из деревень, 5–6 детей, поедут на защиту своих проектов. До января они пишут свой проект, я его рассматриваю. Мы даём недостающие ресурсы. Они едут с отчётами во Владивосток, каждый отчитывается — с презентацией, слайдами и фотографиями. Может быть, с собой привезём и посадочный материал. Два дня проекты показываются, обсуждаются за круглым столом — лесничество пригласит ещё людей, они расскажут о своих задачах. Дети уедут гордые и счастливые, потому что занимаются важным делом. Посмотрят два дня город на осенних каникулах», —

говорит Вадим Геннадьевич.



Вот так, с помощью одного большого сердца, любви к малой родине и несложных технологий, получают надежду на будущее и путёвку в жизнь жители маленьких поселений.



КОРПОРАТИВНЫЕ МОТИВЫ



Первостепенная задача любого бизнеса — стабильная, а лучше — растущая прибыль для его основателей. Всё, что связано с развитием и устойчивостью бизнеса, влияет на рост стоимости акций компании, увеличение интереса инвесторов, устранение репутационных рисков — становится мотивом и причиной социальных инициатив. Например, всё то, что может повлиять на:

- продвижение продукта — товара или услуги;
- адресный доступ к определённому рынку, его целевым группам;
- снятие социальной напряжённости в местных сообществах на территориях деятельности компании;
- улучшение отношений с местной властью;
- воспитание лояльности к компании (среди сотрудников или внешних аудиторий; например, среди детей и молодёжи);
- улучшение общего имиджа компании (особенно актуально для бизнесов, чей продукт обществом воспринимается неоднозначно — табак, алкоголь, фаст-фуд и т. п.);
- при выходе на международные рынки — соответствие повестке устойчивого развития компании.

обычно и относят к корпоративным (или экономическим) мотивам благотворительности бизнеса.

О, СПОРТ, ТЫ – ЖИЗНЬ!



Спорт занимает важное место в жизни каждого человека. С самого детства чтобы быть активными, энергичными и здоровыми, все мы — так или иначе — занимаемся спортом: делаем зарядку, посещаем спортивные кружки, секции, фитнес-клубы. Даже в пандемию спортивные занятия — уже онлайн — стали одним из самых востребованных способов пережить изоляцию, сохранить бодрый дух.

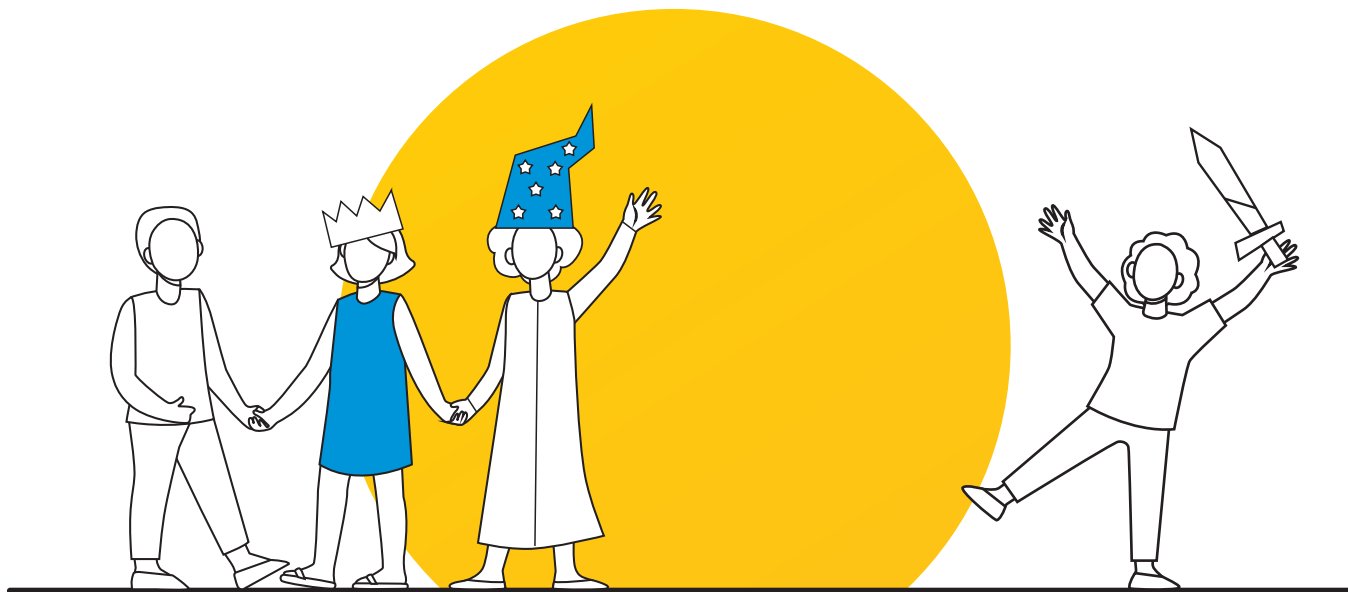
Воронежской АНО содействия развитию в области образования, просвещения и воспитания детей и молодёжи «**Семейный комплекс “Жемчужный”**» всего три года. Его руководитель Татьяна Сергеевна Зайцева по образованию детский психолог. Работа с детьми — семейная традиция, почти все поколения женщин в семье работали в сфере дошкольного образования. Профессиональный опыт Татьяны Сергеевны — от нянечки до заведующей детским садом на севере страны — привёл к пониманию того, как работать с детьми, что им важно для развития, и натолкнул на создание организации.

Проекты, которые реализует АНО, о том, как привлечь к спортивному образу жизни, к правильному питанию, к занятию физкультурой целые семьи — детей, подростков, родителей, бабушек и дедушек. Посещают комплекс все поколения воронежцев. Так сложилось, что помещение организация арендует у **Группы компаний**

«**Робин Сдобин**» (розничная и оптовая сеть, ресторанный бизнес, товары для дома и пр.). И если в начале сотрудничества отношения были чисто коммерческие, то со временем партнёрство расширилось. В заботе о своих сотрудниках компания обратилась в АНО с необычной просьбой.



Компании же тоже надо, чтобы сотрудник был здоров, особенно сейчас, в период пандемии. Когда организм ослаблен. Например, наши фитнес-тренеры приходили в ГК «Робин Сдобин» и для офисных работников проводили физкультурные занятия. Такие пятиминутки, когда в большой переговорной собирались офисные работники и 15 минут делали гимнастику, которая помогает в течение рабочего дня сконцентрировать внимание, отвлечься от компьютеров. С дыхательными упражнениями и зарядкой для глаз. Чтобы полный рабочий день прошёл продуктивно», — рассказывает Татьяна Сергеевна.



Но не только оплатой занятий для своих сотрудников помогали «Робин Сдобин». Например, во время благотворительного фестиваля «Крылья», когда потребовалась площадка большего размера для выступления танцевальных и творческих коллективов, в которых занимаются дети с особенностями развития, компания предоставила помещение, музыкальное оборудование и маленькие призы и подарки для участников (из числа продукции компании). А прошлой осенью при поддержке компании в реабилитационной студии фонда «ДоброСвет» прошёл семейный праздник для детей, перенёсших онкологические заболевания. Дети сочинили терапевтическую сказку про свои страхи, перевоплотившись в настоящих монстриков, и рассказали зрителям историю про семью Кошмаровских. В честь первого выступления в этом году было устроено торжественное чаепитие, в котором приняли участие дети, их родители и приглашённые гости.

Компания помогает всем вовлечённым в свою деятельность сторонам — своим покупателям, жителям города, своим сотрудникам и их семьям. Для владельцев ГК очевидна связь благополучия и здоровья семей сотрудников, климата в коллективе и профиля некоммерческой организации. Такая простая помощь на благо всех вовлечённых сторон. Умная, системная, эффективная социальная ответственность бизнеса.



КРУГОВОРОТ ВЕЩЕЙ В ПРИРОДЕ



ООО «Добромаркет» города Владимира — социальное предприятие, деятельность которого основана на круговороте ненужной одежды.

«... Возможность заниматься социальным предпринимательством меня интересовала больше, когда из ненужных никому вещей, на пустом месте, организуются рабочие места, процессы и возникает возможность дать вещам вторую жизнь, а не отправлять их на полигон для утилизации. Но делается это не из-за того, что кто-то мне даёт денег, а из-за того, что я эти деньги сама зарабатываю. Есть та точка, в которой можно заработать, есть проблемы, которые может решить этот заработок. И когда всё начинает работать просто потому, что кому-то нужны вещи, для меня это очень круто!», — делится своим подходом Ольга Владимировна Шигаева, сооснователь «Добромаркета».

2–3 раза в месяц организация проводит вещевые акции во Владимирской области. Каждый может принести туда свои ненужные вещи (единственное требование — чистое состояние) и забрать другие, необходимые для себя или близких. Часть собранных вещей продаётся в специальных магазинах, часть — развозится по нуждающимся семьям в области, часть вещей отправляется на переработку в ветошь.

Полученные от реализации вещей средства идут на развитие организации, а также на благотворительность — адаптацию детей с ограниченными возможностями, а именно — на поддержку программы иппотерапии для детей в городе Гатчина (Ленинградская область).

«Я считаю, что это оказывает неоценимое влияние на жизнь этих детей в дальнейшем, может помочь им стать более приспособленными к жизни и иметь возможность в дальнейшем жить самостоятельно. Для меня вот это очень важно», — говорит Ольга Владимировна.



Ширится круг корпоративных партнёров по сбору одежды, когда в офисах организаций устанавливаются специальные контейнеры, куда сотрудники могут сдавать свои вещи. В числе партнёров «Добромаркета» сегодня «СберБанк», «Мегафон», «Рынок на Студёной».

«Добромаркет» развивается: организация запускает производство масок и аксессуаров из вторичных материалов и ранее использованных вещей. Производство откроется на базе реабилитационного центра, где будут трудиться люди с ограниченными возможностями.

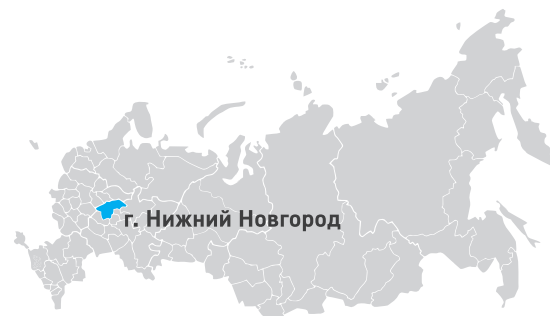
Одним из давних партнёров «Добромаркета» является некоммерческий **Центр поддержки материнства и детства «Мамина радость»**. Сфера деятельности центра — семья, пропаганда традиционных семейных ценностей — «мама плюс папа — это

счастливый ребёнок». Проводятся тематические встречи, мастер-классы, творческие вечера. Кроме этого центр регулярно устраивает фримаркеты (под кодовым названием «расхламление»), когда семьи приносят вещи, которые им больше не нужны, но в хорошем состоянии, игрушки, книжки, одежду. Посетители ходят, смотрят, выбирают и забирают себе понравившееся. А по окончании ярмарки остаётся большое количество не востребуемых вещей — их фонд передаёт в «Добромаркет» для дальнейшего распределения.

Две организации, простые механизмы взаимодействия, вовлечённое население. Лёгкий в тиражировании пример сотрудничества, так необходимый в каждом из регионов нашей большой страны, где за чертой бедности живут 20 миллионов человек.



БЕГ ВО БЛАГО



Рекламное агентство «Рейтинг» работает в Нижегородской области с 2007 года. Специализация агентства — event-маркетинг: проведение промоакций, пресс-конференций, крупных гастрономических фестивалей, спортивных событий и масштабных социально-значимых городских проектов.

Именно «Рейтинг» впервые провело в Нижнем Новгороде самый массовый благотворительный забег «Беги, герой!». Часть суммы от стоимости стартового взноса (взносов бегунов за участие в забеге) была направлена на благотворительность. На эти средства была построена спортивная площадка для школы-интерната № 1.

На вопрос, почему агентство стало заниматься благотворительностью, отвечает директор Наталия Валерьевна Бочарова:

«**Бизнес — это люди. С возрастом начинаешь задумываться о душе. Сначала компания работает на себя, растёт, достигает определённого уровня, стабильности. И уже хочется сделать что-то хорошее не для себя, а для общества».**

После первого забега последовали следующие — и теперь ежегодно агентство объявляет конкурс социальных проектов в рамках забега «Беги, герой!». Принимаются заявки от различных НКО, благотворительных фондов, общественных организаций. Приглашённые независимые эксперты выбирают лучшие проекты, и часть стартового взноса каждого бегуна отправляется на финансирование проектов-победителей. Сумма поддержки формируется в зависимости от количества бегунов, в 2020 году она составила 1 миллион рублей, а победителями стали два благотворительных фонда Нижегородской области — «НОНЦ» и «Жизнь без границ».



Мы поддерживаем проекты со спортивной направленностью. Всегда досконально выясняем всё о проекте. И думаем, как лучше помочь. Собираем все факты, оцениваем ситуацию. Мы несём ответственность перед нашими бегунами, которые дали эти деньги. И отчитываться надо каким-то конкретным хорошим делом», —
отмечает Наталия Валерьевна.

На сегодня благодаря забегу «Беги, герой!» создан кабинет ЛФК для детей с синдромом Дауна, подготовлена к участию во всероссийских соревнованиях среди воспитанников детских домов и школ-интернатов команда по мини-футболу, построен велогородок для реабилитационного центра «Вера». Агентство полностью берёт на себя реализацию представленного НКО проекта, ищет подрядчиков и исполнителей, контролирует весь процесс.

Но и это ещё не всё — с развитием культуры спортивных мероприятий появился опыт по привлечению корпоративных команд к адресной благотворительности. Каждый год в забеге участвуют около ста корпоративных команд, которые представляют сотрудники конкретной компании или организации. В конкурсе социальных проектов «Рейтинга» участвует много НКО, но победителем становится одна, максимум — две организации. Поэтому агентство предложило корпоративным командам поддержать те проекты, которые не выиграли в конкурсе. Часто это маленькие проекты, не требующие больших вложений, которые находятся в небольших городах области. Благодаря такому сотрудничеству, например, в городе Городце компания «Харман» закупила оборудование для игры в бочку на площадку для детей-инвалидов.



Такой удачный социальный опыт перенимают и другие компании — есть уже ряд запросов об организации благотворительных мероприятий от ряда компаний. На сегодня проведены «Зелёный марафон» для ПАО «СберБанк», «Прокачай себя» для ПАО «Промсвязьбанк» и «Достигая цели» для ОАО «РЖД».

Так благотворительность стала частью «ДНК» организации, органично помогая расти, находить новых партнёров, попутно развивая социальную сферу вокруг, вовлекая в неё новых игроков.



ИСТОРИИ УСПЕХА: МЕЖДУНАРОДНАЯ СЕТЬ VS ЛОКАЛЬНЫЙ БИЗНЕС



Во время пандемии интернет пестрил историями, как отельеры России предлагали номерной фонд своих гостиниц для проживания врачей и волонтеров, работающих в «красной зоне». Часть из владельцев взамен получали субсидии или льготы от властей разного уровня, часть финансирования (работы персонала, электричества, продуктов питания, расходных средств и т. д.) шла из собственных средств владельцев.

Сегодня гостиничный сектор России стал оживать, а в период ограничения передвижений между странами даже места процветать. На примере двух организаций из гостиничной индустрии мы проиллюстрируем различные подходы к вовлечению организаций и их сотрудников в благотворительность.

У международной гостиничной сети **Ассо** четыре стратегических направления устойчивого развития: работа с сотрудниками, вовлечение постояльцев в экологичный образ жизни, совместные инновации с партнёрами и, наконец, сотрудничество с местными сообществами. Помимо общепринятых инициатив (например, стремления к полному отказу от использования пластиковых трубочек), есть инициативы и отдельные начинания, реализованные в определённых отелях по инициативе их сотрудников. Например, в Novotel Москва Киевская

стоят кровати LIVE N DREAM, созданные из переработанного пластика, а в Ibis Казань Центр во внутреннем дворике отеля выращиваются цветы и травы для приправ.

В гостинице Ibis Ярославль Центр не только готовят блюда на основе zero waste (безотходных) рецептов. Уже почти 5 лет отель сотрудничает с **Ярославской региональной общественной организацией содействия развитию добровольчества «Добровольцы Ярославии»**. Это некоммерческое общественное объединение, участниками которого являются добровольцы (волонтеры), работающие над проектами для помощи незащищённым категориям граждан. Целевые группы поддержки — люди с различными ограничениями по здоровью, семьи с детьми-инвалидами, сироты, выпускники детских домов, а также люди, находящиеся в трудной жизненной ситуации. Организация занимается развитием волонтерской помощи различных направлений, а также обучением волонтеров.

Партнёрство началось почти случайно — на одном из деловых мероприятий руководители организаций встретились в общем кругу, и зашла речь о том, что волонтеры ищут площадку для своего благотворительного события. Гостиница любезно предоставила такое место на своей территории — в день, когда коммерческой аренды не планировалось и площадка была свободна. Мероприятие прошло отлично, а потом ещё

одно, и ещё одно. Даже в 2020 го-ду, в разгар пандемии, когда не было возможности отменить часть благотворительных акций — гостиница со всеми мерами предосторожности: предоставлением перчаток, масок, антисептиков, с постоянным проветриванием помещения, помогла такие акции провести.

В планах — новые проекты с вовлечением сотрудников (например, тех, кто имеет собственный транспорт — автоволонтёров всегда не хватает для перевозки подопечных организации на приём к врачу или в гости, доставки необходимого семьям на дом).

А вот пример несетевого гостиничного бизнеса — **арт-отель «Украина»** создан на базе гостиницы, построенной в 1963 году в Севастополе. За прошедшие годы гостиница много раз реконструировалась, ремонтировалась, менялись мебель и оборудование. По инициативе коллектива пригодные к дальнейшему использованию предметы интерьера и техники не утилизировались, а передавались тем, кому могли ещё послужить: в городскую больницу № 1, детские и спортивные учреждения, организациям инваспорта.



Приходит осознание того обстоятельства, что если тебе как человеку, специалисту и личности удалось самореализоваться, то результатами своего труда ты можешь и должен делиться с менее успешными людьми, временно попавшими в затруднительные условия. И не только с людьми — с коллективами и структурами, выполняющими жизненно важные для людей функции, но не имеющими достаточного оснащения со стороны государства, региональных бюджетов», — говорит представитель отеля Светлана Александровна Антоненко.

Администрация гостиницы — пример редкой заботы о своём персонале. Поддержка сотрудников выражается не только в предоставлении комфортных рабочих мест, своевременной выплате заработной платы, наличии медицинской страховки. Администрация долгие годы сотрудничает с профсоюзом* работников, которые по собственной инициативе принимают участие в благотворительной деятельности. Например, не забывают и поддерживают ветеранов организации — поздравляют с профессиональными праздниками и юбилеями (личными и корпоративными), проводят для них праздничные мероприятия.

Ещё одно направление деятельности профсоюза — сбор документов и фактов биографии гостиничного объекта: восстановление, оцифровка, классификация и хранение информации об арт-отеле (исторических справок, статей, воспоминаний, фотографий) для летописи здания. Так как жизнь и история города и отеля, начиная с 1960-х годов прошлого века, неразделимы.

А профсоюз, в свою очередь, помогает администрации в осуществлении корпоративной благотворительности — в свободное от работы время сотрудники участвуют в технической поддержке благотворительных арт-пенэров, доставляют необходимое оборудование и предметы, помогают с оформлением документации.

Истории арт-пенэров более 20 лет. В них принимают участие одни из лучших художников России, Украины, мастера из стран дальнего зарубежья. За время пенэра участники посещают самые живописные места Крыма, работают вместе с юными талантами Севастопольской художественной школы, участвуют в передвижных выставках. По традиции пенэр завершается масштабной итоговой выставкой в холле арт-отеля «Украина».

Вот такая история — когда администрация организации и общественное объединение нашли общий язык, не борются друг с другом, а объединяют свои усилия для того, чтобы жизнь в отдельном городе стала лучше.

*Профсоюз — это объединение граждан, связанных общими профессиональными интересами, которое создаётся для защиты законных интересов и трудовых прав работников.

КОММУНА 21 ВЕКА



Торгово-развлекательный центр (ТРЦ) **Brosko Mall**, крупнейший в Хабаровске, открыт в октябре 2019 года. Удачно расположен — на берегу реки Амур, вдоль оживлённой городской магистрали, всего лишь в одном километре от центра города. Кроме своей основной деятельности — предоставления в аренду торговых помещений различным арендаторам, в ТРЦ открыта «Коммуна» (комьюнити центр).

«Мы поняли, что нам и городу нужна такая площадка, где можно проводить встречи, общаться, поднимать разные темы и доносить их людям», — говорит Ксения Эдуардовна Рагимова, директор ТРЦ.

Создавая площадку, руководство ТРЦ делало ставку на молодёжь, а «Коммуну» полагали сделать общедоступным пространством. Но после открытия в течение недели посетители разгромили всю площадку. Руководство закрыло центр для свободного доступа и стало пускать только организованные мероприятия. Несмотря на «первый блин — комом», «Коммуна» продолжает работать — для части организаций и общественных объединений аренда остаётся бесплатной. Для активных групп подростков проводят экскурсии, постоянно устраиваются выставки и концерты. Недавно в партнёрстве с авто-

номной некоммерческой культурно просветительской организацией «Точка роста» был проведён «День открытых дверей НКО».



Торговый центр — большая и насыщенная людьми площадка, людей больше только в аэропорту. И мы — точка пересечения различных интересов, структур: населения Хабаровска, правительства, министерств, различных учреждений образования и культуры, городской администрации и бизнеса. Вот теперь ещё и НКО. Часто люди не умеют слышать друг друга. А мы — своеобразные переводчики и «соединители» разных интересов, предпочтений, вкусов. У нас 75 000 подписчиков в «Инстаграме», мы выступаем живым инструментом общественного диалога. Что такое некоммерческие организации, мало кто знает. Мало кто понимает, как они работают, как с ними работать. Проект показался нам интересным. Нам очень понравился масштаб. Поэтому можно говорить о совпадении ценностей, миссии и интересов. И мы, и НКО за объединение людей ради какого-то полезного дела, за создание различных общественных пространств», — отмечает Ксения Эдуардовна.

Для «Дня открытых дверей НКО» было предоставлено две площадки ТРЦ — «Коммуна» и площадка на первом этаже, где обычно проходят все крупные мероприятия и установлена сцена. Мероприятие обеспечили мебелью, конструкциями для фотозоны, плазменными экранами, звуковым оборудованием. Менеджеры ТРЦ консультировали по оформлению события, специалисты были задействованы в организации самих мест экспозиции различных НКО, помогали с погрузкой и разгрузкой материалов. Была обеспечена информационная поддержка на ресурсах центра.

Если перевести в денежный эквивалент стоимость аренды, услуг и ресурсов, которые НКО получили безвозмездно, то сумма составила бы сотни тысяч рублей. Но в результате в выигрыше остались все вовлечённые стороны: жители города познакомились ближе с некоммерческими организациями, сами НКО получили новых потенциальных волонтеров, партнёров и доноров, а в ТРЦ увеличился поток покупателей, так как на мероприятия пришли и те, кто обычно не проводит свой досуг в торговых центрах.

«После проведения дня открытых дверей, наверное, будет договорённость, чтобы раз в год или чаще НКО могли в выходные дни организовывать свои мероприятия. Мы понимаем, что активная молодёжь ходит по ТЦ — это место притяжения, есть фудкорты, есть, что посмотреть, это площадка для общения. А посетители ТЦ — это неохваченный людской ресурс,

который можно вовлечь в общественно полезные активности. Я думаю, это неплохой вариант сотрудничества с ТЦ по вовлечению жителей в просвещение, в полезную досуговую деятельность», — говорит директор «Точки роста» Наталья Григорьевна Ляшко.

И ещё один важный аспект, может быть не видимый так явно за яркой картинкой мероприятия.

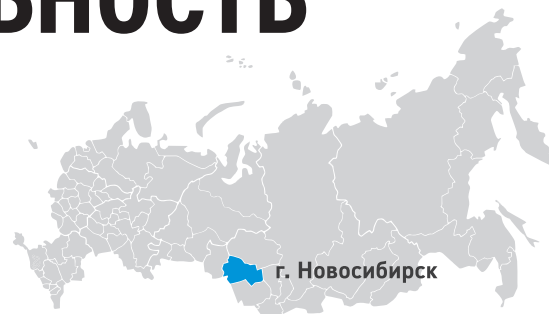


«Мы понимаем, какая огромная проблема сегодня в крае с оттоком населения. Особенно молодёжи. Своими возможностями и способами мы эту проблему готовы решать. И продвигать, и поддерживать тех, кто также работает на эту задачу и, например, делает всё, чтобы людям в крае жилось хорошо, комфортно. Нам, вообще, интересно это событие, как кейс», —

говорит Ксения Эдуардовна.

Время покажет, какую роль в том, что молодёжи Хабаровска будет интересно оставаться в родном городе, сыграют центр «Коммуна» и местные НКО. Это только одна часть той необходимой инфраструктуры — вместе с доступным жильём и медициной, сильными образовательными учреждениями, возможностями найти работу. И хорошо, что первые шаги в этом направлении уже делаются.

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ ПО ПРОФИЛЮ



Каждому нравится выполнять ту работу, для которой он лучше всего подходит», —

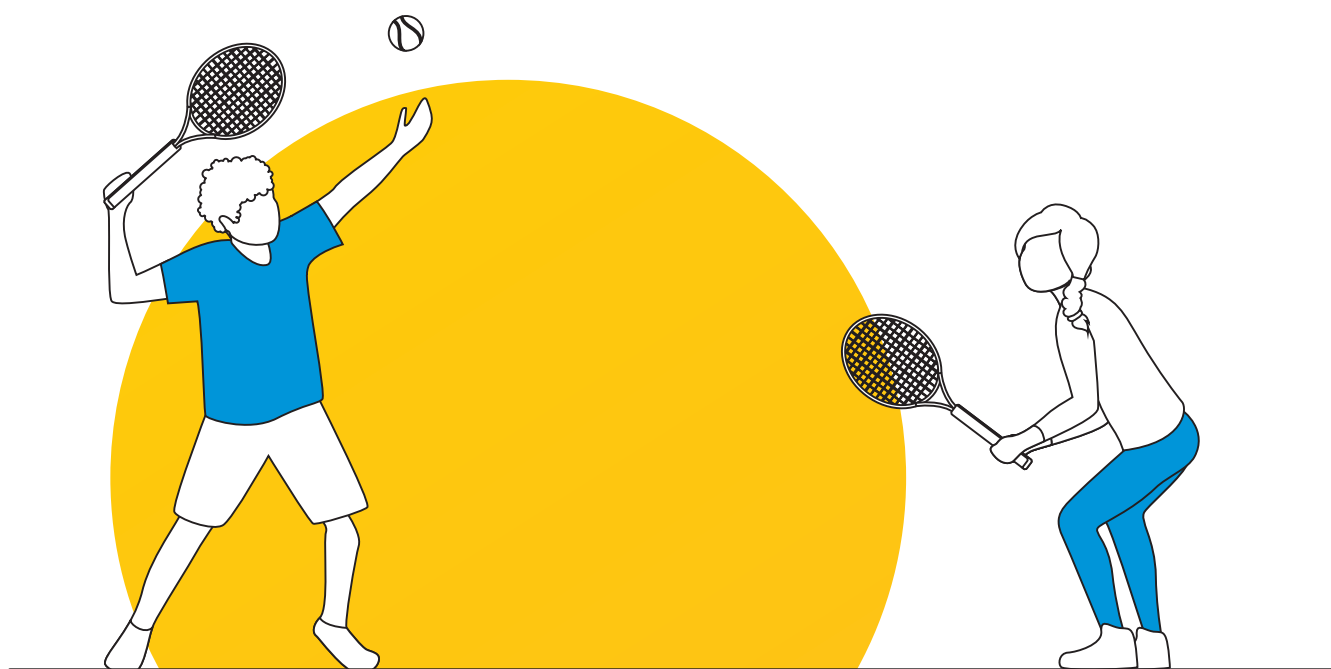
сказал более 100 лет назад Наполеон Хилл, американский автор книги «Думай и богатей», проданной десятками миллионов экземпляров, советник президента Франклина Рузвельта.

И действительно, когда в одном проекте объединяются разные игроки, привнося каждый свой опыт, знания и квалификацию — на выходе получается продукт, достойный признания и тиражирования.

Таким социальным проектом стал «Тинэйджер тайм теннис», объединивший для достижения результата индивидуальных предпринимателей, МКУ «Центр “Тёплый дом”», Благотворительный фонд «Созвездие сердец», Комитет опеки и попечительства мэрии города Новосибирска и Федерацию тенниса. Проект был направлен на вовлечение в здоровый образ жизни и занятия спортом детей и подростков, оставшихся без попечения родителей или проживающих в замещающих семьях. Теннис — элитный вид спорта, придающий уверенность в своих силах, повышающий выносливость, координацию, снижающий уровень агрессии. 20 подопечных центра

«Тёплый дом» (детей из групп риска, оставшихся без попечения родителей) получили уникальную возможность. Не привыкшие к дополнительному вниманию и индивидуальному подходу, ребята на протяжении года регулярно тренировались со специально выделенным тренером, готовившим их к участию в серьёзном теннисном турнире, посвящённом памяти Н. Н. Озерова.

Игорь Витальевич Блинов (ИП Блинов) — создатель новосибирского спортивного клуба «Гепард», в котором с 1997 года прошли обучение теннису тысячи человек. Клуб развивался, становился на ноги, и с 2010 года в клубе наряду с коммерческими занятиями уже занимались бесплатно дети из неполных, приёмных семей, дети-сироты. За это время тренеры набирались опыта работы с детьми, находящимися в трудной жизненной ситуации, совершенствовали свои подходы — человеческие и спортивные. Поэтому к проекту «Тинэйджер тайм теннис» — системному, массовому, но в то же время особенному подходу к тренировкам организация была готова. Но на тот момент серьёзного опыта сотрудничества с НКО не было — благотворительные инициативы поддерживались по обращениям. В случае с проектом «Тинэйджер тайм теннис» сработали рекомендации — Игорь Витальевич прислушался к



советам партнёров из муниципальных организаций и государственных органов, подсказавших системные и надёжные НКО. И родился совместный проект, в котором у каждого партнёра была своя — разная по масштабу, но необходимая роль.

Совместными усилиями **НКО (Благотворительный фонд «Созвездие сердец»**, объединяющий усилия благотворителей и волонтеров для решения социальных проблем) и муниципального казённого учреждения, мэрии города Новосибирска, и среднего бизнеса смогли подготовить спортивный зал «Тёплого дома» к тренировкам, закупить необходимый спортивный инвентарь, наладить процесс обучения. И главное — «получить благословение» серьёзной спортивной организации на участие в настоящем турнире — со зрителями, наградами и пьедесталом почёта.

Бизнесу не пришлось что-то придумывать. То, что получается у Игоря Витальевича Блинова и его сотрудников лучше всего — организация и проведение спортивных тренировок, оказалось, как нельзя кстати для социализации подростков, в жизни которых такой большой спорт и соревнования — настоящий праздник, возможность проверить и показать себя, посмотреть на других.



БИЗНЕС-ЗАДАЧА – ПУТЬ В СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ



На сайте **Акционерного общества «Саломея»**, которым руководит Олег Александрович Якушев, написано: «Фабрика сумок «Саломея» — современная производственная компания, работающая на рынке модной индустрии уже 20 лет». Продукция фабрики хорошо известна модницам Новосибирска и других городов России. История вхождения Олега Якушева в бизнес «Саломеи» — романтическая. На выставке товаропроизводителей Новосибирска он познакомился с семьёй Кудашовых — первых совладельцев «Саломеи», и впоследствии Яна Кудашова стала его женой. Через три года Олег Александрович возглавил отдел продаж компании, а ещё через три года стал совладельцем «Саломеи». Бизнес большой, но почти семейный — за 20 лет работы одни сотрудницы ушли на пенсию, и пришли их дочери.

В социальные проекты бизнесмена привела бизнес-задача — были необходимы молодые кадры, швеи.

планировал их курировать во время учёбы, быть их наставником, а затем пригласить их работать к нам на производство. Вот такой был прагматичный расчёт», —

говорит Олег Александрович Якушев.

Так сложилось, что, работая с детскими домами, семья предпринимателя сначала усыновила мальчика, а потом удочерила девочку. Олег Яковлевич стал куратором проекта «Супер-папа» (школы приёмных родителей), где основной акцент строится на осознанном родительстве и помощи детям-сиротам.

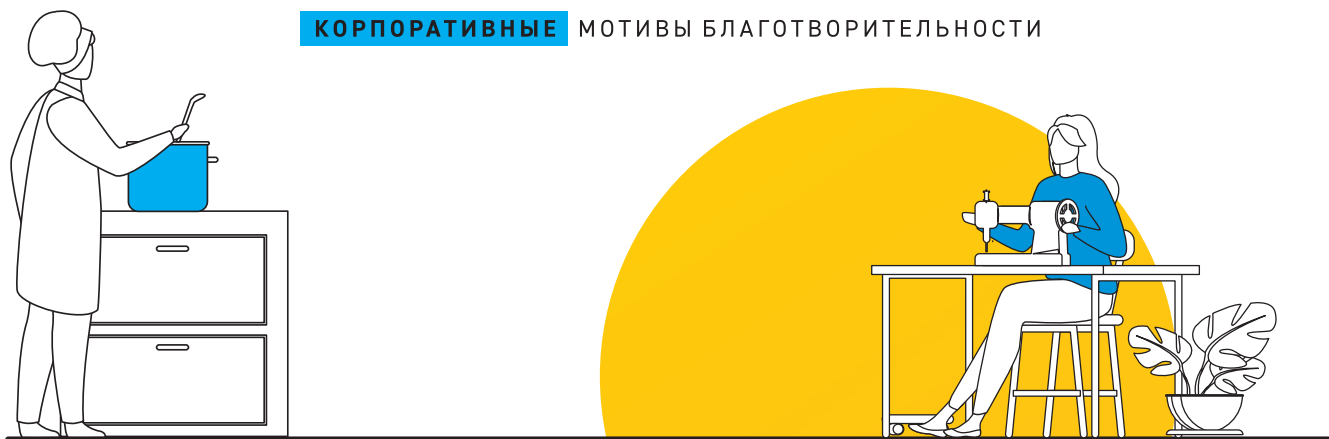


Увидел потерянных детей, и появилось желание помочь. Запустили с детским домом № 12 проект по профориентации «Рука об руку». Детей стали знакомить с профессиями швеи, парикмахера, повара, возили на предприятия. Приглашали бизнес-тренеров к подросткам, чтобы они пробуждали у них желание жить», —

говорит Олег Александрович.



Возникла идея прийти в детский дом и мотивировать старших воспитанниц поступать в колледж лёгкой промышленности,



Чем глубже предприниматель погружался в проблемы детского дома, тем больше становилось понятным — адресная помощь не работает так же хорошо, как системная:

«Многие хотят пожертвовать конкретно ребёнку: купить памперсы, игрушки... А оплачивать труд уборщицы никто не хотел. Тогда я взял эту ответственность на себя, чтоб не отвлекать руководителя от решения основных задач организации», — говорит Олег Александрович.

Дальше — больше. Стало понятным, что выпускникам детских домов не хватает финансовой и юридической грамотности, и предприниматель применил свои знания и бизнес-опыт для решения этих аспектов — хотя получалось далеко не всё. Например, выяснилось, что выпускникам детского дома проще получать пособие по безработице, нежели работать и получать хорошую зарплату, и здесь ещё предстоит много работы — по изменению иждивенческой позиции детей.

Вслед за помощью детям Олега Александровича заинтересовала тема социального предпринимательства. Он познакомился с небольшой НКО «Лавка добра», обеспечивающей незрячих людей рабочими местами в городе Барнауле. У создателей «Лавки» — уникальные методики обучения ручному

производству различных сувениров людей с ограниченными возможностями здоровья. В штате «Лавки добра» всего три человека, для реализации проектов привлекаются исполнители — люди с различными ограничениями по здоровью, а также художники, психологи, сурдопереводчики.

«Я стал, можно сказать, амбассадором «Лавки» — на всех мероприятиях, среди партнёров и друзей, рассказывал и продвигал продукцию предпринимателей», — говорит Олег Александрович.

У «Лавки» была проблема с реализацией товара, и бизнесмен с помощью депутата Законодательного собрания Новосибирской области Татьяны Есиповой договорился с руководством аэропорта «Толмачёво» о размещении магазинчика «Лавки добра» на территории аэропорта. Теперь жители и гости Новосибирска, улетающие или прилетающие в город, могут купить милые сувениры, сделанные руками подопечных «Лавки», в магазинчике, оборудованном на средства Олега Александровича.

Бизнес-идея, помноженная на желание помочь другим, дала прекрасный системный результат — бизнес растёт, взятые «под крыло» проекты развиваются, семья расширилась. Прекрасный пример для подражания!

ЩЕДРЫЙ НЕ ТОЛЬКО ПО ВТОРНИКАМ



Времена, когда в маленьких городах продукты и сопутствующие товары можно было купить в небольших магазинчиках, прошли. Сегодня в каждом городе, деревне и даже на селе есть один или несколько магазинов торговых сетей — федеральных, региональных, местных. Так, например, **сеть магазинов-дискаунтеров «Светофор»** (юридическое название ООО «Торгсервис») в 2020 году назвали самой быстрорастущей сетью магазинов в России.

Есть такой магазин сети и в городе Боготол Красноярского края. Ассортимент предлагаемого товара самый разный — это и продукты питания, чай и кофе, кондитерские изделия, консервы, непродовольственные товары, бытовая химия, товары для сада и огорода.

Политику сети диктует головная организация, а обязанность ежедневных решений на месте по самому широкому спектру вопросов возложена на управляющего магазином. Оксана Владимировна Звидинцева работает на этой позиции уже 4 года. И именно к ней ежегодно — перед Новым годом, Днём защиты детей или Днём пожилого человека, обращаются за помощью. В коллективе (небольшом, 11 человек) принято принимать подобные решения коллегиально — город маленький, все друг друга знают, и часто понять,

правомерно ли такое обращение, не мошенничество ли, можно, лишь расспросив разных сотрудников. Приняв решение о помощи на месте, руководству сети отправляется запрос — который, при наличии бюджета, удовлетворяется.

Так однажды за помощью обратился **фонд «Сила Сибири»**, работающий с людьми с ограниченными возможностями, активной творческой молодёжью, людьми «серебряного возраста». Фонд уже 2 года был участником Международного дня благотворительности «Щедрый вторник». В рамках акции «Светофору» предложили разместить «Щедрую корзину» в магазине, чтобы покупатели могли оставить непортящиеся продукты или вещи для людей, находящихся в сложной жизненной ситуации. О фонде сотрудникам магазина было известно из информации в социальных сетях, кто-то был свидетелем и даже участником других акций, проходивших ранее. Немаловажным было и то, что «Сила Сибири» предложил прозрачный подход к акции — при выемке продуктов из корзин все количества фиксировались, составлялись списки наборов и их получателей (при поддержке сотрудников департамента социальной защиты города). Сотрудники магазина и сами приняли участие в акции — положили разные товары, купленные за свой счёт, а желающие могли сопровождать раздачу наборов.



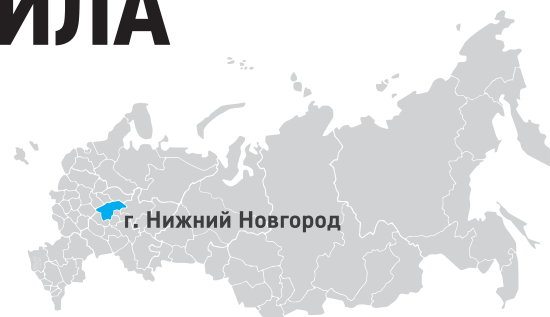
Нам понравилась сама идея, что можно людям помочь тем, кто сегодня действительно недоедает, есть такие люди, которые нуждаются, где многодетные семьи, решили просто так включиться. И для нашего магазина это не очень затратно, не требовало какой-то специальной подготовки. Мы поставили корзину, следили за ней, чтобы продукты не забирали посторонние люди», — говорит Оксана Владимировна.



А ещё магазин на регулярной основе передаёт на благотворительность товары, которые непригодны к продаже из-за небольшого брака — испорченной упаковки, например. Так малообеспеченным передаются моющие средства, а фонду-партнёру «Сила Сибири» для поддержки туристической деятельности — походные кипятильники, у которых была испорчена упаковка. Неизвестно, знают ли сотрудники магазина об идее Food Bank — передаче торговыми сетями и компаниями на благотворительность товара хорошего качества и сроков использования, которые не могут быть реализованы из-за небольшого брака или испорченного товарного вида. Но именно этой философии они придерживаются, что говорит о рациональном подходе и большом сердце как конкретных сотрудников, так и руководства сети.

Быть щедрым не только по вторникам — просто!

ОТКРЫТЫЕ ПРАВИЛА БОЛЬШОГО БИЗНЕСА

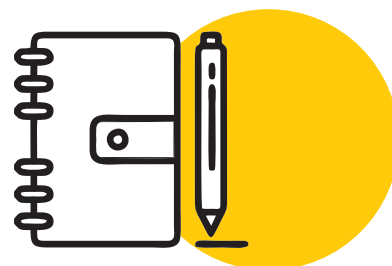


Каждая крупная компания — российская, международная — так или иначе поддерживает программы корпоративной социальной ответственности (КСО). Названия этой деятельности могут быть разными: «благотворительность», «социальные инвестиции», «корпоративное гражданство», «социальное воздействие», «устойчивое развитие». Но суть остаётся одной — компании добровольно реализуют программы и проекты сверх обязательных, необходимых для функционирования бизнеса, инициатив — в поддержку территорий присутствия, различных групп населения, экологии, культуры или образования; для решения острых локальных или глобальных проблем.

Компания КПМГ — это международная сеть фирм, предоставляющих аудиторские, налоговые и консультационные услуги. Каждая фирма является независимым юридическим лицом. Целью своей деятельности КПМГ видит превращение профессиональных знаний в реальную экономическую выгоду в интересах своих клиентов, сотрудников и международных рынков капитала. В офисах КПМГ в 146 странах мира работает 227 000 сотрудников. В десяти российских офисах компании сейчас работает более 4 000 человек, в Приволжском региональном центре КПМГ в Нижнем Новгороде — более 300 сотрудников.

Для КПМГ понятие социально ответственного бизнеса — это приверженность ценностям компании, уважение к людям, сотрудничество с местными сообществами, инвестиции в будущие поколения и забота об окружающей среде. В КПМГ подход к корпоративной социальной ответственности основан на убеждении, что бизнес играет важную роль не только в экономике, но и в жизни общества в целом, помогая решать наиболее сложные проблемы современности.

Подход к социальным инициативам прозрачен: у компании есть единая корпоративная социальная политика, в соответствии с ней поддерживаются три основных направления деятельности. Это помощь местным сообществам (в приоритете — помощь детям), образование (программы, которые способствуют распространению лучших социальных технологий посредством тренингов, семинаров, конференций) и окружающая среда (экологические субботники, помощь приютам для животных, сбор вещей на переработку).





Фокус российской КСО повестки — содействие развитию услуг профессиональной помощи для уязвимых детей. Обычно мы получаем запрос от НКО, но никогда не рассматриваем проект только по текстовому описанию. Невозможно принимать столь сложные решения только на основе анализа документов. Мы всегда встречаемся с организаторами проекта вживую, смотрим, как люди работают, готовы ли выстраивать взаимоотношения, как готовы вести этот проект, оцениваем инструменты реализации, смету проекта с точки зрения эффективности. Для нас важно, чтобы в проекте могли принять участие наши сотрудники. Рассмотрев все факторы комплексно, определяем, будет ли проект поддержан», —

говорит супервайзер направления КСО Приволжского регионального центра АО «КПМГ» в Нижнем Новгороде Людмила Николаевна Фомина.

Есть и ограничения при выборе партнёров: например, в компании не оказывают адресную помощь, не рассматривают обращения от частных лиц, не дарят подарки детям в детских домах. Зато предлагают другой подход — вместо подарков на Новый год компания реализует проект «Люди, не вещи», в котором сейчас участвуют все офисы КПМГ в России. Сотрудники компании подбирают самые профессиональные НКО и предлагают своим коллегам внести вклад в грамотную помощь уязвимым семьям и особым детям посредством оплаты услуг этих НКО. Таким образом дети уязвимых категорий получают доступ к услугам профессиональной помощи, которая влияет на их развитие или возможность остаться в семье, а родители таких детей получают поддержку профессионалов для

выхода из кризисной ситуации и «прокачивания» своих родительских качеств.

Прозрачен и выбор НКО для поддержки. Критерии непростые, но чёткие и открытые, для системных НКО несложно им соответствовать:

- НКО — профессионал в своей сфере или хочет им стать. НКО понимает, с какой проблемой она работает. На сервисы, предоставляемые НКО, есть или будет спрос. Он выражается в размерах проблемы, статистике обращений, уникальности экспертизы, линейке услуг.
- НКО открыта и готова сотрудничать, т. е. в коммуникации со своими стейкхолдерами (вовлечёнными в процесс сторонами) она следует принципу прозрачности и открытости. НКО размещает все отчёты в рамках требований регуляторов в открытом доступе. НКО предоставляет документы по просьбе доноров, в том числе финансовые и программные (устав, кодекс поведения, стратегию). НКО также готова предоставить подробную разбивку бюджета и дать пояснения с разным уровнем детализации.
- У руководства НКО есть чёткое понимание целей деятельности и путей достижения этих целей, что меняется от её деятельности.
- Есть структура и понимание развития организации (понимают, чего хотят, например, через 3 года).
- НКО выполняет взятые на себя обязательства, сотрудники организации готовы к коммуникациям и обсуждению, в том числе — сложных моментов и ограничений.
- Важно, чтобы у НКО была хорошая репутация — она пользовалась доверием и уважением широкого круга стейкхолдеров.

Несколько примеров такого сотрудничества: более трёх лет Приволжский региональный центр КПМГ сотрудничает с АНО «Школа счастья» в рамках проектов, направленных на поддержку детей с инвалидностью и их родителей. Главным ожиданием от этого партнёрства было не просто материально поддержать выбранные программы, но и дать возможность сотрудникам участвовать в помощи НКО своим временем, руками, вниманием. Был придуман ряд инициатив — так, например, в проекте для подростков с инвалидностью «Будущее — в твоих руках» был организован день открытых дверей, в рамках которого состоялась презентация компании, экскурсия по офису и тренинг для ребят. Пять сотрудников компании стали наставниками для участников проекта. Они проводили со своими подопечными личные встречи, рассказывали им об аспектах своей работы, помогали ребятам в вопросах профорientации и выборе дальнейшего пути в обучении и профессии. Главное — наставники поддерживали школьников в решении значимых жизненных вопросов (отношений с родителями и одноклассниками, отношения к своей болезни, блоков негативных установок, борьбы со страхами).

Другой пример: сотрудничество с АНО «Школа счастья» в организации инклюзивных лагерных смен для детей с инвалидностью. В рамках проекта «Счастливого лето — 2019» было не только оплачено участие в смене детей с инвалидностью, но и оказана помощь в подготовке территории лагеря к открытию смены. Во время волонтерского субботника сотрудники компании вместе со своими детьми дружно красили забор лагеря, чистили территорию от сорняков, готовили интерактивные материалы. А в пандемию — помогли партнёрскому НКО перевести на английский язык многочисленные документы для иностранного гранта — над проектом более 100 часов работала целая группа волонтеров-переводчиков.

Когда речь идёт о сотрудничестве большого бизнеса и НКО мотивы помощи перестают быть личными, они завязаны на внутренних регламентах компании. Но вместе с тем всегда остаётся место для личного вовлечения каждого сотрудника, и нельзя не порадоваться, что у КПМГ именно такое волонтерство — осознанное, системное, непоказное, совсем не для галочки, а от чистого сердца каждого.



ГДЕ ЖЕ ИСКАТЬ ПАРТНЁРОВ?

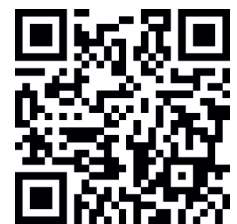
Какой бы ни была причина, побудившая бизнес заниматься благотворительностью, для эффективности данной деятельности необходим партнёр/партнёры. Партнёры должны обладать достаточными компетенциями в благотворительной деятельности. Иметь безупречную репутацию и профильный опыт. В этой роли часто выступают некоммерческие организации, уже зарекомендовавшие себя в выбранном поле, рекомендованные теми, кому бизнес доверяет (коммерческими партнёрами, органами власти). Именно некоммерческие организации работают напрямую с благополучателями, имеют ресурсы для проверки актуальности запросов, исключают мошеннические схемы.

На одном из способов поиска и поддержки партнёров мы хотели бы остановиться поподробнее.

«КРУГ БЛАГОТВОРИТЕЛЕЙ» — СТАТЬ ДОНОРОМ ЛЕГКО И ПРОСТО!

Многие из тех, с кем в рамках составления брошюры удалось поговорить — и представители бизнеса, и НКО — особым образом упоминали «Круг благотворителей» (среди тех благотворительных мероприятий, которые им запомнились и где они познакомились со своими будущими партнёрами).

Что же такое «Круг благотворителей»? Архангельский Центр социальных технологий «Гарант» в 2021 году выпустил пособие, подробно описывающее эту благотворительную технологию, его можно найти по ссылке: <https://ngogarant.ru/library/view/160>.



Если коротко — это возможность в одном месте, в приятной камерной атмосфере праздника, с музыкальным сопровождением, за бокалом вина и лёгкой закуской, познакомиться с деятельностью благотворительных организаций и поддержать их проекты. Размер поддержки не важен — это может быть совсем небольшая сумма. Главное — потенциальные доноры могут лично

увидеть те организации, кому смогут помочь, узнать о них побольше, задать им вопросы и увидеть лица тех, кто в этих организациях работает.

«Клуб благотворителей» — камерное мероприятие, которое обычно собирает не более 50–100 человек из одного города или района, ближайших населённых пунктов. Благотворительные организации (не более 3–4) в формате короткого выступления — питча (от англ. pitch), как сейчас модно говорить, рассказывают о своей организации и проекте, который просят поддержать. Изначально бюджет всех представляемых проектов должен быть одинаковым. Кому и сколько пожертвуют присутствующие, зависит только от убедительности выступающих и их амбассадоров — группы поддержки, которая может добавить от себя несколько слов после презентации проекта. В роли жертвователей себя примеряют самые обычные люди, многие из которых приходят семьями, ведь некоторые из них даже не догадываются, что небольшая сумма, помноженная на десятки человек, может существенно поддержать проект некоммерческой организации. На «Круге благотворителей» становится понятным, что помогать легко, и каждый рубль важен.

Каждый участник мероприятия получает карточки организаций с описанием проектов, на которых пишет суммы, которые готов пожертвовать. После выступления благотворительных организаций участники-доноры озвучивают суммы своих пожертвований, которых может быть неограниченное количество. По окончании вечера участники в соответствии с озвученными суммами производят пожертвование наличными деньгами в специальный ящик

для пожертвований или банковской картой через платёжный терминал. Механизм полностью прозрачен — при пересчёте наличных обязательно оформляется акт вскрытия ящиков, в котором указывается точная сумма. Пожертвования через терминал сразу зачисляются на расчётный счёт организатора. По окончании мероприятия со всеми участниками — благотворительными организациями — заключается договор пожертвования, по которому они получают собранные средства для реализации своих проектов.

За лёгкостью формата стоят недели работы организаторов — фондов местных сообществ, отдельных активистов. Сбор информации о проектах НКО, их анализ, обучение презентационным навыкам, подбор помещения, приглашение гостей, поиск меценатов для проведения фуршета, оформление полученных пожертвований — это далеко не все этапы подготовки и проведения мероприятия.



Наши герои делятся впечатлениями о «Круге благотворителей»:



Участвовал, например, в «Круге благотворителей» и даже с семьёй приходил, с детьми. Проекты представят, покажут, расскажут, а ты уже сам решаешь, нравятся или не нравятся. В принципе, я всегда поддерживал все проекты, на все, сколько мог, столько и давал».



На данный момент нами успешно проведено уже два «Круга благотворителей», где каждый из партнёров чётко знает свою роль и ответственность: ресурсный центр в большей степени — за привлечение доноров, информационное продвижение, наша организация (АНО) — за проведение самого мероприятия, а благотворительный фонд — за сбор средств».



Во-первых, встречаешься со своими знакомыми, потому что это очень редко бывает, интересно, приятно оказать помощь, когда тебе говорят на что нужно, когда команды конкурируют между собой, и ты определяешь сам, кому нужна больше эта помощь. Мне приятней это делать так, чем просто дал деньги, и больше этого человека не видишь».

Если в вашем городе ещё ни разу не проходил «Круг благотворителей», обратитесь в местный ресурсный центр или Центр «Гарант» — вам обязательно помогут. И благотворительность придёт в каждый дом!



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Описанные истории покажутся вам знакомыми — уверены, в окружении каждого из вас найдутся примеры таких бизнесов. В них работают ваши партнёры, знакомые, соседи, одноклассники и даже родственники, и об их благотворительной деятельности вы слышали. Присмотритесь повнимательнее — то, что эти люди и организации делают для позитивных изменений в жизни сообществ, городов и даже страны, инициируя и поддерживая большие и малые социальные инициативы, можно легко повторить. Или найти свой, отличающийся от уже описанных, путь к тому, чтобы сделать этот мир намного лучше!

