

ЭТОТ НОМЕР ЖУРНАЛА «ЭФФЕКТ ПРИСУТСТВИЯ» ПОСВЯЩЕН ВОПРОСАМ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ.

Благотворительность — оказание бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) помощи тем, кто в этом нуждается. Основной чертой благотворительности является добровольный выбор вида, времени и места, а также содержания помощи.

Согласно большому числу научных исследований, основные причины благотворительности состоят в том, что

- Люди по природе своей альтруистичны, ими движет желание помочь другим.
- Люди чувствуют себя лучше, когда жертвуют деньги. Экономисты называют это «теплотой альтруизма».

Когда люди осознают целостность человеческого общества, сопричастность и ответственность за мир, в котором мы живем, это побуждает их к оказанию благотворительной помощи и добровольчеству.

Осознание это открывает общественно значимые задачи разного уровня иерархии (от соседской семьи до города и страны), но в любом случае вложение сил и средств в решение этих задач обещают обществу (или той или иной его подсистеме — от отдельного человека до больших социальных групп) заметно большую отдачу, чем в личное самосовершенствование.

Благотворительностью и добровольчеством занимаются целые учреждения и отдельные люди, крупный и малый бизнес, некоммерческие организации и граждане. Этому виду деятельности придает значение и государство: в России даже существует Концепция содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества, принятая уже несколько лет назад.

В этом номере нашего журнала вы найдете как некоторые общие положения (результаты исследования, обсуждения рабочих групп), так и конкретные примеры деятельности некоммерческих организаций, работающих системно и получающих хорошие результаты.

Кто-то лишь в начале пути, кто-то мастер в сфере благотворительности (и все про это знает), но в любом случае вы найдете на этих страницах что-то для себя новое. Цифры и факты, примеры интересных акций и неравнодушных людей.

Приятного вам с ними знакомства!

РАБОТА НА СЕБЯ ИЛИ ВО БЛАГО ОБЩЕСТВА?

В 2014 году Группа компаний «Новард» инициировала проведение исследования «Ценностные основы социальной деятельности российского предпринимательства», цель которого — популяризация ответственного ведения бизнеса, ориентированного не только на получение прибыли, а также на создание ценности для общества в целом.

В результате исследования удалось, в частности, выявить мотивацию и причинно-следственные связи между морально-этическими нормами и проектами, реализуемыми компаниями в нефинансовой области, установить тенденции в выборе адресатов социальных инвестиций, а также определить особенности организации этого процесса и оценки его эффективности.

ПОНИМАНИЕ КОМПАНИЯМИ СОЦИАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

В исследовании было заложено следующее определение социальной деятельности: «деятельность, связанная с социальной сферой, благотворительностью, развитием территорий присутствия, социальными инвестициями, корпоративным волонтерством, улучшением экологической ситуации, культурой, качеством продукции».

Участникам исследования было предложено ответить на открытый вопрос «Что Вы подразумеваете под социальной деятельностью?». При анализе ответов респондентов были использованы количественные и качественные методы, в том числе программа «Контент-анализ Про», позволяющая производить расчеты частоты упоминаний.

На основании результатов настоящего исследования была выявлена схожесть в понимании социальной деятельности крупным и средним бизнесом. В целом, исследуемые компании охарактеризовали социальную деятельность как деятельность, направленную на улучшение качества жизни общества, на оказание помощи социально незащищенным группам населения, а также на создание благоприятных условий труда для сотрудников.

Исследование стало частью комплексной работы по разработке модели бизнеса, основанной на традиционных российских ценностях, которую планируется завершить в 2015–2016 году. Его исполнителями выступили компания КПМГ и Фонд развития социально-информационных проектов «Единое общество» при поддержке Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России».

Предлагаем вашему вниманию небольшой фрагмент исследования.

В опросе приняли участие представители 45 компаний крупного, 30 компаний среднего и 50 компаний малого бизнеса из 13 регионов РФ.

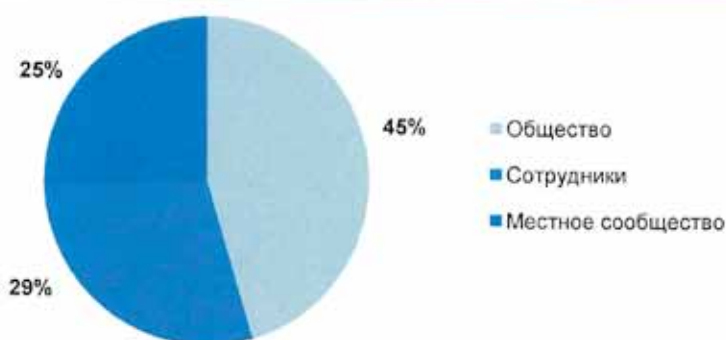
На сегодняшний день основная часть компаний крупного бизнеса полагают, что социальная деятельность компаний должна быть направлена на общество в целом, подобного мнения придерживаются 45% респондентов. 29% респондентов придерживаются мнения, что социальной деятельностью является деятельность, направленная на сотрудников компании. Меньший процент (25%) полагает, что социальная деятельность должна быть направлена на улучшение качества жизни местного сообщества и развитие регионов присутствия компании. В качестве примеров можно привести несколько трактовок социальной деятельности, приведенных компаниями крупного бизнеса:

«Деятельность, направленная на благо определенных групп людей. Результат этой деятельности — не получение прибыли, а усовершенствование существующего быта, уклада жизни людей. Деятельность инициативная, неоплачиваемая, идейная». (ОАО «МРСК Сибири»)

«Это выполнение всех обязательств перед работниками, а также участие в социальной жизни города, региона». (ОАО «КАМАЗ»)

«Помощь нуждающимся, а также вклад в развитие общества». (Amwav)

Рис. 8. Понимание социальной деятельности крупным бизнесом, %



Мнение компаний среднего бизнеса о социальной деятельности во многом совпадает с мнением крупного бизнеса: 37% опрошенных компаний среднего бизнеса также считают, что социальная деятельность — это деятельность, направленная на общественное благо. 25% респондентов полагают, что социальная деятельность должна быть нацелена, в первую очередь, на помощь различным категориям нуждающихся, а по мнению 17% опрошенных социальная деятельность должна быть направлена на улучшение качества жизни сотрудников компании.

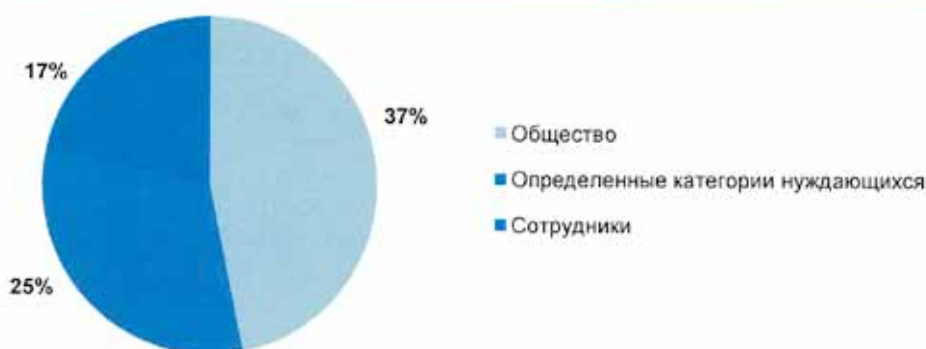
Компании среднего бизнеса привели следующие определения социальной деятельности:

«Некоммерческая деятельность, направленная на улучшение жизнедеятельности общества». (ООО «Headhunter»)

«Относящаяся к тем группам, которые работают на предприятии или связаны с ним. В том числе участие в мероприятиях, помощь разным категориям нуждающихся». (ООО «Зауральские напитки»)

«Поддержание на надлежащем уровне условий труда и жизни трудового коллектива, создание социальной инфраструктуры предприятия». (ООО «Агрофирма «Тукса»)

Рис. 9. Понимание социальной деятельности средним бизнесом, %



Среди компаний малого бизнеса понимание и определение социальной деятельности наиболее различается. Так, под социальной деятельностью понимаются различные виды активности, каждый владелец бизнеса трактует ее по-своему, большинство респондентов ассоциируют ее с благотворительностью. Тем не менее представителями малого бизнеса был выделен ряд общих характеристик, касающихся социальной деятельности, среди них: общечеловеческое понимание доброты, порядочности, честность и справедливость.

Ниже приведены примеры ответов на вопрос о понимании социальной деятельности.

- активная личная деятельность, направленная во вне; желание улучшить, изменить окружающий мир; личный вклад, привнесение ценности в общество;

- в первую очередь забота о персонале, оказание всевозможной помощи;
- деятельность, направленная на укрепление общества, укрепление социальных связей, участие в корпоративных мероприятиях;
- под социальной деятельностью я для себя понимаю то, что делает общество лучше, терпимее, нравственнее. Мы в своей деятельности несем принципы соборности, коллективизма российского общества;
- создание красоты вокруг себя, возможность проявить свой творческий потенциал, вовлечение разных слоев населения в этот процесс, проведение времени с пользой. Мы изучаем традиции, то, что делали наши бабушки и дедушки.

МОТИВЫ, ПОБУЖДАЮЩИЕ КОМПАНИИ ОСУЩЕСТВЛЯТЬ СОЦИАЛЬНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

На сегодняшний день имеется множество мотивов, которые побуждают компании осуществлять социальную деятельность. Исследование показало, что на первый план для крупного, среднего и малого бизнеса выходят личные ценности. Данный факт свидетельствует о том, что при осуществлении социальной деятельности важнейшую роль играет личность руководителя, владельца, именно от его ценностных установок зависит на-

правленность, объем и масштаб социальной деятельности компании.

Личные ценности, выступающие в качестве основного мотива, побуждающего компании крупного бизнеса осуществлять социальную деятельность, указали 35% крупных российских и 32% иностранных компаний.

К числу других факторов относятся традиции компании (27% и 16% соответственно),

корпоративные требования (8% и 10% соответственно) и повышение значимости бренда (8% и 13% соответственно).

Необходимо отметить, что такие факторы как религиозные воззрения и экономическая выгода

не были упомянуты ни одним респондентом крупного бизнеса.

При этом семейные традиции не являются мотивом, побуждающим иностранные компании осуществлять социальную деятельность.

Рис. 10. Мотивы, побуждающие осуществлять социальную деятельность, крупный бизнес, %



Основным мотивом, побуждающим осуществлять социальную деятельность компании среднего и малого бизнеса, также являются личные ценности (28%). Следующим по значимости мотивом

для этих компаний являются семейные традиции — 16% и 20% соответственно. При этом религиозные мотивы упомянули 7% респондентов среднего и 18% респондентов малого бизнеса.

Рис. 11. Мотивы, побуждающие осуществлять социальную деятельность, средний бизнес, %

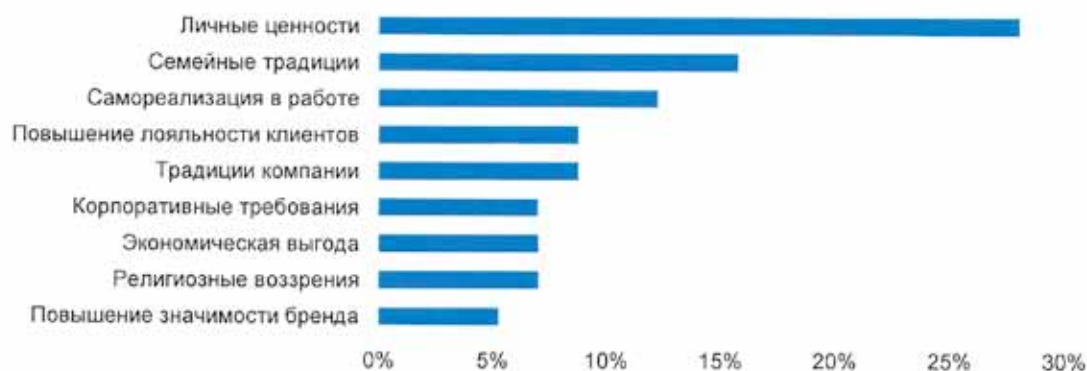
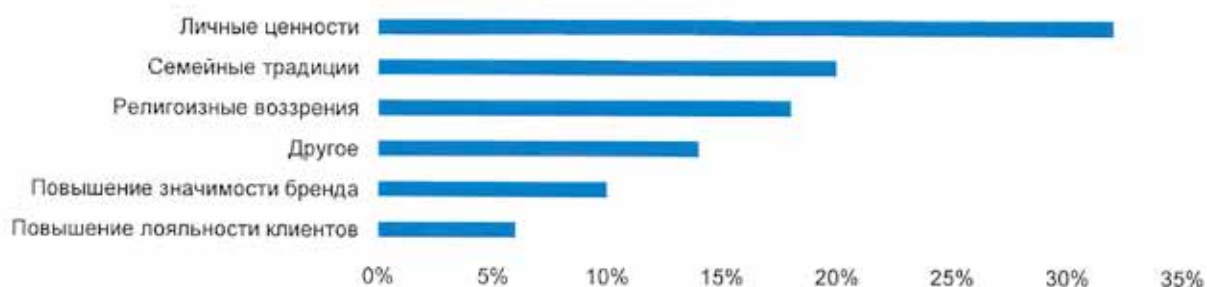


Рис. 12. Мотивы, побуждающие компании осуществлять социальную деятельность, малый бизнес, %



При принятии решений об осуществлении социальной деятельности, моральными и этическими воззрениями руководствуется большинство крупных российских и иностранных компаний, а также более 20% опрошенных компаний среднего бизнеса. Таким фактором, как национальная культура и традиции в формировании ответственного бизнеса руководствуются как компании крупного, так и среднего и малого бизнеса (порядка 18% всех респондентов). Следующим важным фактором, влияющим на принятие решение о ведении социальной деятельности для компаний крупного бизнеса, являются политические и административные стимулы (14% крупных российских и 15% иностранных компаний), в то время как

среднего бизнеса важность этого фактора отмечена у 11% опрошенных.

Несмотря на то, что экономическая выгода и религиозные воззрения не были упомянуты ни одной компанией крупного бизнеса в качестве мотивов, побуждающих их осуществлять социальную деятельность, крупные компании подчеркивают важность подобных факторов, как экономические стимулы и роль религиозных воззрений при принятии решений об осуществлении социальной деятельности.

Следует отметить, что роль религиозных воззрений для компаний среднего и малого бизнеса более значима, чем для крупных российских компаний (15%, 16% и 11% соответственно).

НАПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

В нашей стране тема помощи определенным группам не является новой.

Для выявления наиболее популярных современных направлений социальной деятельности нами были выделены следующие группы:

- дети-сироты, дети из неблагополучных семей,
- дети-инвалиды, дети с нарушениями, заболеваниями,
- студенты, молодые предприниматели,
- тяжелобольные взрослые,
- люди в трудной жизненной ситуации,
- пожилые люди,
- религиозные организации,
- животные.

Основные целевые группы, на которые направлена социальная деятельность компаний крупного, среднего и малого бизнеса, практически совпадают, разница заключается в преобладании тех или иных групп.

Основной целевой группой компаний, на которую направлена их социальная деятельность, являются дети. На сегодняшний день помощь детям многим компаниям представляется наиболее популярной. Так, для большинства компаний крупного бизнеса целевыми группами являются дети-инвалиды и дети, проходящие длительное лечение. При этом доля компаний, работающих с детьми-инвалидами, выше среди иностранных компаний и составляет 24%. Среди респондентов среднего и малого бизнеса с данной целевой группой работают 14% и 18% компаний соответственно.

С детьми-сиротами и детьми из неблагополучных семей работают 14% крупных российских ком-

паний, 21% компаний среднего и 28% компаний малого бизнеса.

Следующими по степени важности целевыми группами всех опрошенных компаний являются пожилые люди и студенты и молодые предприниматели.

На пожилых людей направлена социальная деятельность 13% крупных российских компаний, 15% компаний среднего и 10% компаний малого бизнеса. Респонденты из числа крупных иностранных компаний также отметили поддержку данной целевой группе (11% компаний).

Социальная деятельность малого бизнеса в том числе направлена на поддержку студентов и молодых предпринимателей, доля таких компаний составляет 18%. Среди компаний крупного бизнеса наибольшее внимание к данной целевой группе уделяется в крупных иностранных компаниях (21% компаний). Крупные российские компании и компании среднего бизнеса также заинтересованы в поддержке данной целевой группы (13% и 11% соответственно).

С людьми, оказавшимися в трудной жизненной ситуации, работает 8% крупных российских компаний, что выше числа иностранных компаний, где такая доля составляет 5%. Из числа компаний среднего бизнеса 8% также работают с данной целевой группой.

Около 2% благополучателей представляют религиозные организации, которые поддерживает только российский бизнес из крупных компаний.

Отметим, что 29% крупных российских и 21% крупных иностранных компаний не детализируют свои целевые группы и называют социально незащищенные группы населения в целом.

Рис. 39. Основные целевые группы социальной деятельности крупного бизнеса, %

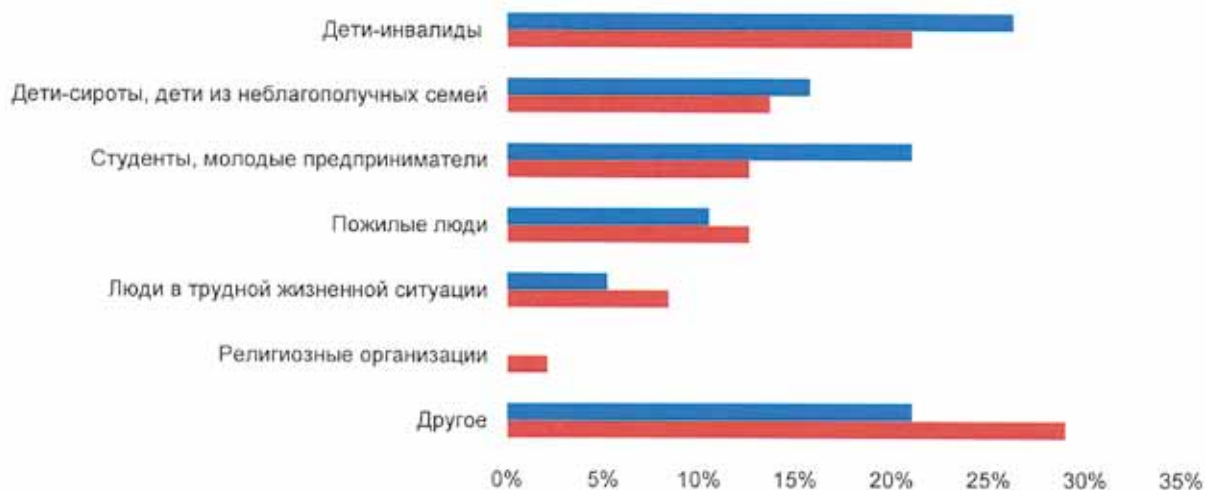


Рис. 40. Основные целевые группы социальной деятельности среднего бизнеса, %

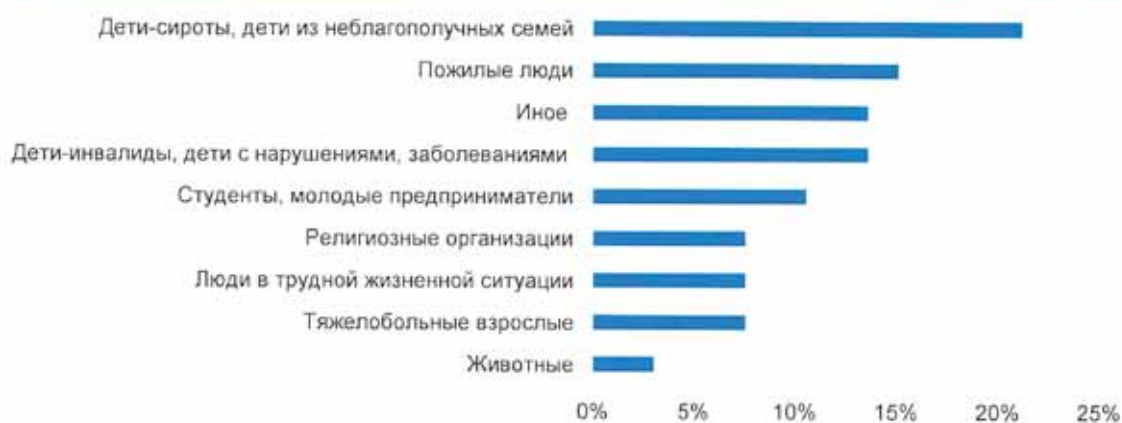
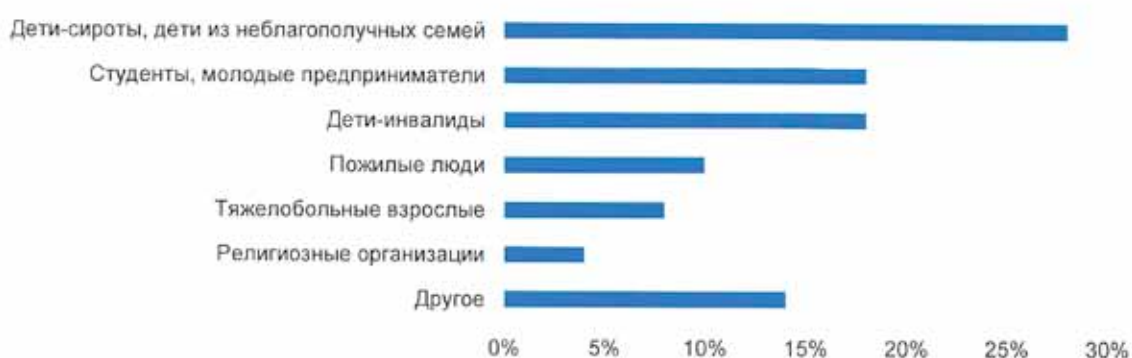


Рис. 41. Основные целевые группы социальной деятельности малого бизнеса, %



Механизмов реализации социальной деятельности сейчас множество, при этом все механизмы являются актуальными. В качестве наиболее распространенных механизмов можно назвать социальные инвестиции, корпоративное волонтерство, благотворительную деятельность, грантовую поддержку, поддержку НКО и пр.

Среди механизмов реализации социальной деятельности в компаниях крупного и среднего бизнеса наиболее часто встречаемыми являются

социальные инвестиции, корпоративное волонтерство, благотворительная деятельность.

Основные направления социальных инвестиций схожи для крупных российских и иностранных компаний и компаний среднего и малого бизнеса.

Следует отметить, что направления социальных инвестиций компаний крупного и среднего бизнеса не совпадают с целевыми группами, на которые ориентирована их деятельность. Так,

среди крупных российских компаний по 16% приходится на поддержку образования и проектов в области физкультуры и спорта, по 14% — вложения в социальное обеспечение и предоставление социальных услуг и инвестиции в культуру и искусство.

В иностранных компаниях наиболее популярны инвестиции в поддержку образования — 23%, поддержку экологии — 21%, и по 13% приходится на вложения в социальное обеспечение и предо-

ставление социальных услуг, а также реализацию проектов в области физкультуры и спорта.

Компании малого бизнеса зачастую редко используют социальные инвестиции в качестве механизмов реализации социальной деятельности (48% респондентов).

Среди компаний, которые все же используют данный инструмент, наиболее распространены социальные инвестиции в образование (10% компаний) и физкультуру и спорт (8% компаний).

Рис. 42. Социальные инвестиции крупного бизнеса, %

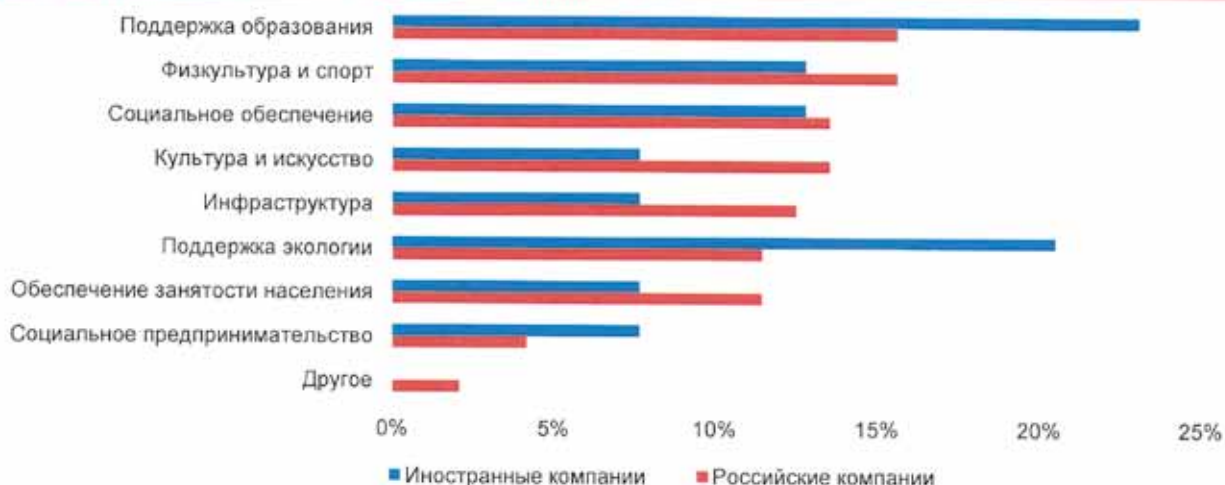


Рис. 43. Социальные инвестиции среднего бизнеса, %

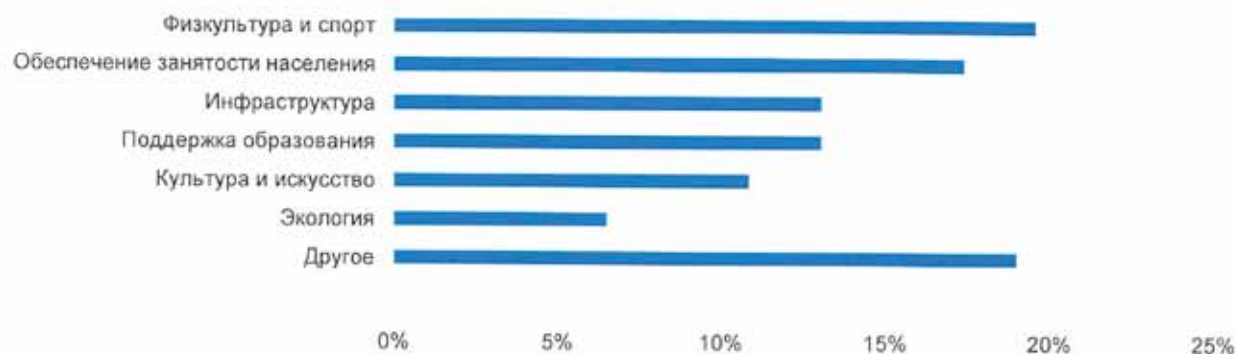
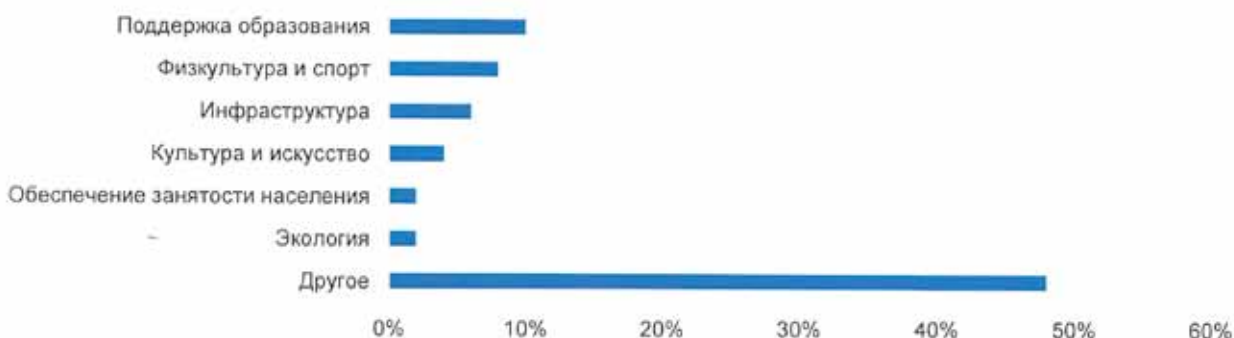


Рис. 44. Социальные инвестиции малого бизнеса, %



подавляющее большинство компаний утвердительно ответили на вопрос о ведении благотворительной деятельности: 88% компаний крупного, 61% компаний среднего и 70% компаний

малого бизнеса. Благотворительность, как правило, направлена на детей: сирот, инвалидов, из неблагополучных семей, а также пожилых людей.



ВОПРОСЫ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ НА ГРАЖДАНСКОМ ФОРУМЕ НСО

Около 500 активистов из регионов Сибирского федерального округа, представителей некоммерческих организаций, Общественной палаты РФ и региональной Общественной палаты, законодательной и исполнительной власти, социально ответственного бизнеса собрались в Новосибирске на IV Гражданском форуме «Гражданский диалог» — «Действуем вместе!». Форум работал два дня — 25 и 26 мая.

Рекомендации площадки «Экспертное обсуждение «Добрые города» (развитие благотворительности, добровольчества):

Участники обсуждения отметили, что при реализации различных благотворительных программ сталкиваются с рядом сложностей и предложили возможные пути решения этих проблем.

Все выступающие отметили необходимость реального механизма поощрения социально ответственного бизнеса и благотворителей. Было отмечено, что важным является как моральное

поощрение, так и финансовое стимулирование. Предлагается вернуться к вопросу льгот тем, кто выделяет средства на благотворительные цели через НКО.

Отмечалось, что для проведения качественных высокопрофессиональных акций и программ, необходимы административные затраты на их организацию. Однако привлечь средства на эти цели очень сложно. Возможный выход — выделение бюджетной поддержки на организацию благотворительных акций. Результатом станет сбор внебюджетных ресурсов на решение социальных проблем.

Самим НКО необходимо учиться консолидации. Многие не готовы к сотрудничеству, конкурируют за доноров, пытаются все делать в одиночку. Однако именно совместные программы позволяют снижать административные расходы. Кроме того, такие программы более масштабны, а значит и более заметны.

Серьезной проблемой для развития благотворительности является слабое взаимодействие со СМИ. В СМИ нет специализации журналистов на этой





теме. Тот, кто пишет о благотворительных мероприятиях, как правило, не владеет необходимыми знаниями и информацией. В то же время сами НКО не обладают навыками, нужными для выстраивания системной информационной работы. Необходимо учиться и тем, и другим, стараться находить взаимные интересы и возможности сотрудничества.

Было отмечено, что бизнес стал активно развивать программы корпоративного добровольчества, однако они, зачастую, неэффективны. Специалисты компаний участвуют в добровольческих акциях по благоустройству, организуют праздники в детских домах и т.п. В то же время НКО остро нуждаются в профессиональных компетенциях этих волонтеров: НКО нужна помощь менеджеров, юристов, бухгалтеров, PR-щиков, т.е. услуги pro-bono. Но такой вид добровольчества развит очень слабо.

Прозвучала рекомендация для самих НКО — быть более профессиональными в подготовке и проведении акций и мероприятий. Они должны соответствовать современным требованиям и подходам.

Необходимо вовлекать бизнес в проекты как полноправных участников, а не просто как доноров. Это позволит сформировать партнерства и долгосрочные отношения.

Бизнес при планировании своей благотворительной деятельности не должен «затыкать» существующие дыры. Необходимо инвестировать в решение проблем и устранение причин их по-

явления. В противном случае эффективность вложенных денег очень низка. Самим НКО надо обращать внимание на то, какие предложения делаются бизнесу и перейти от проектов простой помощи нуждающимся к проектам, изменяющим ситуацию в социальной сфере.

Модератор площадки: *Марина Михайлова, руководитель региональной благотворительной общественной организации «Архангельский центр социальных технологий «Гарант»», эксперт по развитию частной благотворительности.*

Фото Виталия Михайлова



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС — ТУПИК ИЛИ ВЫЗОВ?

Чтобы остаться «на плаву» во время экономического кризиса, некоммерческому сектору предстоит скорректировать свои взаимоотношения с бизнесом, пересмотреть приоритеты, сделать новые ставки. Участники конференции «Фандрайзинг в провинциальной России», организованной в Новосибирске Благотворительным фондом «Созвездие сердец» при поддержке Сибирского центра поддержки общественных инициатив, дают прогнозы развития благотворительности на 2015 год и размышляют, сократится ли в кризисный период число пожертвований или доноры воспримут кризис как вызов.

Корпоративное волонтерство и частные пожертвования — вот главные тренды, которые будут развиваться в ближайшее время и на которые, безусловно, следует обратить пристальное внимание НКО, считают эксперты.

Маргарита Семикова, исполнительный директор Благотворительного фонда «Созвездие сердец»:

Вспоминаю, что в кризисный 2008 год, когда мы еще были не фондом, а волонтерским движением, наши пожертвования увеличились по сравнению с предыдущим периодом. Ведь кризис кризисом, а люди жертвуют всегда. Раньше мероприятия, приносящие деньги, были связаны с компаниями, например, корпоративный благотворительный хоккей, футбол, теперь же на первое место выходят массовые мероприятия, где участие может принять любой человек: благотворительные забеги, заплывы, квесты. Я не волнуюсь и за текущий год, думаю, что у нас будет не меньше, чем в прошлом году, когда мы собрали более 50 млн. рублей. Мы будем делать ставку на своих давних бизнес-партнеров и одновременно пытаться привлекать новых. Убедена, что нужно менять ситуацию, все время наращивая базу. Также мы собираемся уделить пристальное внимание сбору частных пожертвований. Сегодня у подавляющего числа фондов основным источником средств являются пожертвования от юридических лиц, тогда как за рубежом — это частные пожертвования. Чем больше пожертвований частных лиц, тем устойчивее организация. Кризис я считаю вызовом для профессионалов.

Елена Малицкая, президент «Сибирского центра поддержки общественных инициатив»:

Мои прогнозы на текущий год таковы: крупный бизнес, постепенно сокращая свои расходы на благотворительные программы, будет ориентироваться на передачу не денег, а услуг, на развитие корпоративного волонтерства и на создание партнерских проектов с НКО. У меня есть надежда, что у региональных НКО появится больше шансов работать с бизнесом, чем у крупных московских организаций, которые привыкли брать большие проекты и делать их на территории России. Администрирование крупных некоммерческих проектов московскими НКО стоит дорого, поэтому бизнес будет выходить на местные организации, чтобы сэкономить и удешевить свои процессы. Коммерческие



компании будут искать профессиональные НКО, которые действительно смогут показать им эффект. На региональном уровне компании будут пытаться скрывать свои взаимоотношения с некоммерческими организациями — эта тенденция, на мой взгляд, продолжится. В нынешней ситуации, когда перед налоговыми службами поставлена задача собрать как можно больше налогов, компании стараются не афишировать свою благотворительную деятельность, чтобы не подпасть под санкции.

Елена Михалина, главный специалист по работе с базой данных программы «Сторонники WWF России»:

В этом году будет наблюдаться сокращение средств, поступающих от бизнеса, наряду с развитием частных пожертвований. Могу судить по личному опыту — в 2008 году число пожертвований во Всемирный фонд дикой природы ниже не стало. Мы тогда собрали не меньше, чем в 2007-м, а даже больше. Частные пожертвования, это когда много людей дают по 100 рублей. Эта сумма в кризис, в принципе, у всех находится. Все зависит от организации, уровня доверия к ней, от того, как она общается с людьми. Что касается крупного бизнеса, первое, что он всегда сокращает, это бюджет на благотворительность. При этом его бюджет на корпоративные мероприятия остается неизменным. И тут как раз

шанс появляется у НКО. Можно предложить бизнесу часть суммы потратить на благотворительность, а взамен помочь ему на корпоративе организовать какое-то действие. Ситуация, безусловно, меняется, просто нужно уметь под нее подстроиться.

Максим Орлов, тренер, фандрайзер и организатор благотворительных фестивалей (Казань):

По моим прогнозам, крупные компании уменьшат число пожертвований с точки зрения перечисления денежных средств. Но если говорить о людях, которые стоят во главе компаний, они как были меценатами и готовы были делать добрые поступки, так и остаются добрыми людьми. Теперь они просто будут немножко в другом качестве помогать НКО в решении социальных проблем. Они смогут, например, давать не деньги, а подарки. Они не оплатят ребенку обучение, а подарят ноутбук, который поможет ему в обучении. Кроме того, будет развиваться корпоративное волонтерство как инструмент командообразования, как показатель устойчивости климата в компании, того, насколько слаженно компания работает. Это один из способов формирования корпоративной культуры, и для НКО это хорошее подспорье. А еще, чтобы в нестабильной экономике люди думали о благотворительности, нужно делать действительно интересные акции и яркие мероприятия, проявить максимум креатива. Тогда заинтересованы будут и партнеры, и СМИ, и жители города, и общественность.

Алла Балашова, директор по развитию Нижегородской ассоциации «Служение»:

Мне кажется, что в условиях кризиса у большинства людей обостряются человеческие чувства, и любое усложнение ситуации — это не повод быть меньше человеком. Думаю, люди будут продолжать помогать друг другу и участвовать в благотворительных процессах. А благотворители, которые уже почувствовали вкус благотворительности, начали видеть и реальную пользу, и социальный эффект, и репутационный, не прекратят все это делать и в кризис. Заменителем финансовой помощи может стать корпоративное волонтерство, неденежная помощь. Если кто-то не может помочь деньгами, он поможет товарами, услугами, волонтерским тру-



дом. Бизнес сможет обеспечить нас транспортом, организовать какую-то площадку или предоставить расходные материалы. А вообще любой кризис — это очередной этап в развитии, это вызов, требующий креативных решений. Ведь обычно именно в ограниченных ресурсах рождаются оригинальные идеи. Как говорится, «голь на выдумки хитра».

Конференция «Фандрайзинг в провинциальной России» состоялась в Новосибирске 27–28 февраля 2015 года и собрала более 130 представителей общественных организаций и благотворительных фондов из 11 регионов России. Она прошла при финансовом участии Министерства региональной политики Новосибирской области. В качестве партнеров выступили Ассоциация фандрайзеров России и Теплица социальных технологий.

Спикеры конференции из Москвы, Казани, Архангельска, Нижнего Новгорода и Новосибирска в течение двух дней делились технологиями привлечения средств на социальные и благотворительные проекты и рассказывали о современных тенденциях фандрайзинга, являющегося, по их мнению, одним из главных инструментов для эффективной работы общественного сектора.

Елена Ноздрачева



ЕЛЕНА МАЛИЦКАЯ: БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ И ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО — ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ВЕЩИ

Около 200 представителей бизнеса и некоммерческих общественных организаций из 29 регионов встретились в Москве 15 апреля 2015 года на конференции «Благотворительность в провинциальной России».

Конференция прошла в этом году под темой «Вызовы и решения»: участники и эксперты обсуждали, как развивается благотворительность в регионах в условиях кризиса и насколько востребованы региональные социальные проекты у бизнеса.

Накануне конференции корреспондент социального портала «Я-Человек» побеседовал с Еленой Малицкой — президентом Межрегионального общественного фонда «Сибирский Центр Поддержки Общественных Инициатив».

Предлагаем вам фрагменты этого интервью.

— Елена Павловна, вы признанный эксперт, входите в различные советы, комиссии и рабочие группы, обладаете богатым и успешным тренерским опытом. Что послужило основной причиной выбора именно этой сферы деятельности — благотворительности и добровольчества?

— Знаете, не люблю говорить о зове души или сердца. Я вообще считаю, что благотворительность и добровольчество — по-своему профессиональные вещи. Уже 19 лет я работаю в организации, которая является для некоммерческого сектора инфраструктурной и создает условия для его устойчивого развития. Но если говорить обо мне самой, а не о моей профессиональной деятельности, то конечно, я искренне уверена в том, что благотворительностью нужно заниматься.

— Вы президент Межрегионального общественного фонда «Сибирский Центр Поддержки Общественных Инициатив», который выступает одним из организаторов конференции «Благотворительность в провинциальной России». Скажите, как родилась идея этой инициативы и почему о благотворительности в провинции необходимо говорить?

— Идея родилась полтора года назад, и ее инициатором были не мы, а Маргарита Семикова — исполнительный директор Благотворительного фонда «Созвездие сердец». Фонд пришел к нам



как организация-партнер, чтобы посоветоваться и обсудить проблему малого количества площадок в Москве, где мог бы быть представлен региональный опыт работы.

Основное отличие деятельности некоммерческих организаций на местах в том, что у региональных НКО гораздо меньше возможностей и ресурсов, меньше доступа к крупным компаниям, меньше шансов попасть в эфир центрального телевидения. Например, в Новосибирске нет так называемых «ресурсных» компаний, занимающихся добычей нефти или газа, а представленный бизнес — это, как правило, представительства крупных московских компаний, банковского и торгового сектора. Охватывая достаточно большую территорию Сибири, мы всегда понимали: если мы и наши партнеры работаем для бизнес-сектора, то в основном через столичных посредников. У них гораздо больше доступа к ресурсам.

Поэтому и родилась идея представить сообществу уже имеющийся опыт благотворительности в провинциальной России. При этом важно отметить — мы говорим не о «провинциальной благотворительности», а о «благотворительности в провинции». Здесь очень много профессиональных организаций, ориентированных на решение местных задач. Они прекрасно знают специфику своих регионов, потребности целевых групп, способы решения социальных проблем, однако зачастую эти способы отличаются от того, что видится московскому бизнесу и столичным организациям. Мы решили объединить усилия и продемонстрировать на конференции лучшие кейсы и практики, которые используют в своей работе благотворительные и некоммерческие организации в субъектах Российской Федерации.

— Первая конференция, проходившая в прошлом году, называлась «возможности и перспективы», однако сегодня она называется «вызовы и решения». Как бы вы прокомментировали это изменение, являясь одним из организаторов мероприятия?

— Все-таки год был кризисный, и все мы понимаем, что он оказал существенное воздействие на развитие благотворительности в регионах. Из-за того, что в период кризиса остро ощущается недостаток финансовых средств, у многих бизнес-компаний меняются подходы к специфике поддержки социальных программ. И если в прошлом году мы продемонстрировали сообществу возможности, перспективы и готовность некоммерческих организаций к сотрудничеству в данной сфере, то сегодня мы говорим о том, какое влияние оказал кризис на развитие благотворительности в регионах.

— Как вы заметили, стратегия благотворительности в столице и регионах имеет определенные различия. Тем не менее, итоги конференции прошлого года показали, что каждая из сторон готова к выстраиванию отношений и обмену идеями. Как вы считаете, повлияла ли кризисная ситуация на перспективу развития этого сотрудничества?

— Вы знаете, происходит по-разному. С одной стороны, мы видим практики, когда крупные благотворительные организации отказываются от московского координатора и переходят к прямой работе с регионами. В то же время, существует и другой подход, когда в связи с недостатком финансовых ресурсов, московский посредник пытается реализовывать программы не с помощью партнеров в регионах, а своими силами. Но мне кажется, что несмотря на разные подходы, все в некоммерческом секторе хорошо понимают: чем более ограничены ресурсы, тем меньше конку-



ренции. Лучше работают партнерские связи и совместные подходы к решению проблем.

— На Общероссийском форуме «Государство и гражданское общество: сотрудничество во имя развития» президент РФ Владимир Путин заявил о том, что государство должно стимулировать НКО, формировать для них эффективное правовое поле и снимать существующие барьеры. По итогам форума глава государства сформировал ряд поручений, которые чиновники должны разработать до 15 апреля — именно той даты, когда начнет работу «Благотворительность в провинциальной России». Будет ли на конференции затронута эта тема?

— Думаю, тема будет затронута частично, ведь мы планировали программу конференции задолго до форума и тех поручений, которые дал президент. Не исключаю, что ей уделят внимание в ходе работы секции, посвященной партнерству, где будут представлены кейсы, демонстрирующие совместный подход бизнеса и некоммерческих организаций к решению социальных задач.

— На какие еще важные изменения в программе конференции этого года вы обратили бы особое внимание?

— Хотелось бы обратить внимание на последнюю секцию конференции, где мы будем обсуждать ценности благотворительности, а также мимикрию под нее и возникающие случаи мошенничества. Кроме того, мы впервые затронем социальный маркетинг и оценку его результатов, в том числе в региональной благотворительности. Я думаю, что это действительно важные и полезные темы в период кризиса, которые будут интересны участникам. Вполне возможно, у нас получится выявить определенные негативные, или напротив, положительные тенденции и факторы, которые позволят улучшить ситуацию с благотворительностью в регионах.



Тимофей Шупилов



АУКЦИОН «РАДОСТЬ ЖИЗНИ» В НОВОСИБИРСКЕ СОБРАЛ 750 ТЫСЯЧ РУБЛЕЙ ДЛЯ ОНКОБОЛЬНЫХ ДЕТЕЙ

В качестве лотов на аукционе были представлены предметы интерьера и творческие работы известных новосибирских архитекторов и дизайнеров. Среди них — две картины 16-летней художницы, бывшей подопечной, а ныне волонтера фонда «Защити жизнь» Валентины Шмидт, которая победила рак и теперь учится в Новосибирском художественном училище.

Журнал «Грани интерьера» совместно с дизайн-мастерской «Аттик» и фондом «Защити жизнь» провели ежегодный благотворительный аукцион «Радость жизни». Общая сумма от продажи лотов и сувениров составила 750 тыс. рублей, что на 325 тыс. рублей превышает результат 2014 года. Все собранные средства пойдут на лечение и реабилитацию детей с онкологическими заболеваниями.

«Собранная сумма 750 тыс. рублей — рекорд для нашего аукциона, — говорит организатор аукциона, главный редактор журнала «Грани интерьера» **Елена Пронюшкина**. — Знать, что людям не безразлична чужая беда, что в их сердцах живет желание помочь — это счастье».

Самым дорогим лотом стал стол с ножками из дуба и обрамлением столешницы из ясеня, представленный дизайн-мастерской «Аттик», — он продан за 42 тыс. рублей. За бутылку вина SeguraViudas в подарочной упаковке, предоставленную студией кухни GiuliaNovars, было выручено 40 тыс. рублей, а за картину Валентины Шмидт «Вечер, музыка, вино» покупатель заплатил 35 тыс. рублей.

Во время аукциона работала лавка, где можно было приобрести игрушки из цветной шерсти, соз-

данные мастерицей-волонтером фонда по мотивам рисунков детей, проходящих лечение в отделении детской онкогематологии.

«Замечательные результаты говорят о том, что в нашем городе много неравнодушных людей, готовых быстро прийти на помощь, — отметила президент фонда «Защити жизнь» **Евгения Голядова**. — Очень приятно, что каждый год аукцион посещает все больше новых людей. Это значит, что нам удастся оказать более существенную помощь детям».

Благотворительный аукцион проводится в Новосибирске ежегодно уже семь лет с целью привлечения внимания общества к проблемам детской онкологии и сбора денег для подопечных фонда «Защити жизнь», проходящих лечение в отделении детской онкогематологии больницы Краснообска, реабилитацию после длительного заболевания или нуждающихся в паллиативном сопровождении.



НЕ ДЛЯ СЛАВЫ ЖИВОПИСЦА...

30 апреля ежегодный благотворительный марафон «Добрый Новосибирск» открылся акцией «Нарисуй свой Добрый Новосибирск». Картины для продажи на аукционе рисовали известные люди города. Аукцион состоялся этим же вечером — кроме 5 работ, представленных VIP-персонами, работы для продажи предоставили известные художники Сибири.

Аукцион, как полагают организаторы, прошел успешно: 317 тысяч 700 рублей — общая сумма собранных средств.

Работы профессиональных художников принесли в копилку марафона 124 500 рублей. Картины, созданные в ходе акции «Нарисуй свой Добрый Новосибирск», ушли «с молотка» за 73 100 рублей. Так, «Шилку» (любимый медвежонок посетителей Новосибирского зоопарка), которую нарисовал председатель горсовета Дмитрий Асанцев, купили за 32 100 рублей.

«Вечерний Новосибирск» «кисти» главы Центрального округа Сергея Канунникова продан за 15 тысяч рублей. «День Победы» олимпийского чемпиона и депутата Законодательного собрания Евгения Подгорного покупателя оценили в 10 тысяч рублей. «Туристы» депутата горсовета Александра Бестужева также «ушли» за 10 тысяч рублей.



Остальные лоты (из основных) проданы за 25 тысяч рублей.

В ящики для сбора пожертвований опустили 18 тысяч 100 рублей (за эти деньги можно было «купить» приглянувшуюся поделку или рисунок, выполненный детьми). Часть средств не поступала на счет марафона «Добрый Новосибирск», а сразу перечислялась благополучателям марафона — организации инвалидов «САВА» и организации «Все дети наши». Так что на общем счету марафона «Добрый Новосибирск» в результате аукциона появились 197 700 рублей.

Спасибо всем покупателям художественных работ: компаниям «РусГидро» и ООО «Сибирский посол», ООО «Каменский купец» и АМТ-реклама, ООО «Сиббиомед» и ООО «Кассовые системы», а также тем организациям и людям, кто не назвал себя, но внес свой вклад в доброе дело!



Приятный сюрприз от мэра Новосибирска — работа из его коллекции кисти неизвестного художника с изображением Бугринского моста. Анатолий Локоть написал на картине короткое пожелание и расписался. Работа была продана на аукционе за 45 тысяч рублей, и битва за нее шла довольно упорная...

НАТАЛЬЯ СКАРЕДОВА И «ЛЕО»

Салон красоты «Лео» в Новосибирске предоставляет полный спектр парикмахерских услуг, услуг по уходу за ногтями и телом, в нем работает детская студия красоты, есть выездная служба. В салоне создана доступная среда для маломобильных горожан, клиентам с инвалидностью предоставляется 30-процентная скидка на все услуги. Работают в салоне «Лео» люди с ограниченными возможностями.

Красота и стабильность

Открыть салон красоты председатель Ленинской местной организации Всероссийского общества инвалидов Наталья Скареева задумала еще в 2011 году. Имея инвалидность, она хорошо знает, как трудно человеку с ограниченными возможностями самостоятельно привести себя в порядок, и как важно ощущать себя красивым. И в то же время такой салон позволит инвалидам, которые могут и хотят работать, вырваться из дома, получить стабильный источник дохода, повысить свой социальный статус. Три года спустя, в ноябре 2014 года, первый в Новосибирске специализированный салон красоты, в котором работают люди с ограниченными возможностями, принял первых клиентов.

Стартап

При поддержке Виктора Толоконского (на тот момент полпреда президента в Сибирском федеральном округе) Ленинское отделение ВОИ полу-



чило в безвозмездное пользование помещение в 135 кв. метров. Помещение и фасад здания требовали ремонта, кроме того, изначально стояла задача полностью приспособить будущий салон для нужд маломобильных сотрудников и посетителей. Были сооружены пандусы при входе, установлены двухуровневая стойка администратора, специальные мойки, шкаф-купе, которым человек с инвалидностью может пользоваться без посторонней помощи, оборудованы комната гигиены и кухня для персонала. Плюс — широкие проемы, зеркала на нужном уровне и т.д. В общей сложности на ремонт и оборудование потребовалось более 2 млн 600 тыс. рублей. Деньги поступали из разных источников, в том числе в виде субсидий от Департамента социального развития мэрии Новосибирска, Министерства региональной политики Новосибирской области, спонсоров.

За счет субсидий первые два месяца работы салон обслуживал инвалидов бесплатно — и в салоне, и на дому. Бесплатные стрижку, маникюр и педикюр сделали более 800 человек.

Восемь рабочих мест

В «Лео» организовано восемь рабочих мест. На обустройство четырех из них Министерство труда, занятости и трудовых ресурсов Новосибирской области по программе «Трудоустройство инвалидов» выделило по 80 500 рублей. На эти деньги оборудовали стойку для двух администраторов с инвалидностью, кабинет маникюра для мастера-колясочника и рабочие места для бухгалтера и психолога, работающих на дому.

В салоне работают пять инвалидов. Инвалид-колясочник Марина Ряшенцева прошла обучение по специальности «мастер маникюра и педикюра». Администратор Елена, перенесшая инсульт, за три месяца работы в салоне смогла восстановить чувствительность руки...



Доходы и расходы

Пока предприятие работает «в минус». 50-60% стоимости услуги получают мастера. Инвалиды имеют 30-процентную скидку. На оплату коммунальных услуг остается 10%, и конечно, по этой позиции уже имеется задолженность. Кроме того, нужно платить зарплату двум администраторам и бухгалтеру — не менее 9500 каждому. Эти расходы Скаредова покрывает в том числе за счет собственной пенсии.

Планы на будущее

«Помогать нам не спешат, говорят: занялись бизнесом — выплывайте самостоятельно», — рассказывает Наталья Скаредова. Но как бы ни было трудно, она уверена, предприятие обязательно нужно сохранить, и будет искать софинансирование. Скаредова рассчитывает, что продолжит работу выездная бригада красоты для льготного обслуживания маломобильных клиентов на дому, и собирается принять в штат еще одного инвалида-колясочника.

Елена Ноздрачева



«Появления термина «социальное предпринимательство» в российском законодательстве — очень важный этап в становлении этого нового сектора экономики и в развитии инфраструктуры сектора», — считает директор Фонда «Наше будущее» Наталия Зверева. На Западе социальное предпринимательство как термин возникло в 1980-х годах, в Россию термин пришел в 2007 году с появлением Фонда Вагита Алекперова «Наше будущее».

«Мы также долго работали в этом направлении и разработали проект отдельного законопроекта по социальному предпринимательству, — говорит Н. Зверева. — Безусловно и внесение поправок в действующее законодательство — возможный сценарий развития. Это свидетельствует о положительной тенденции, заинтересованности государства и, главное, что Россия прошла этот путь очень быстро — за каких-то пару-тройку лет».

«Мы считаем, что целесообразно вносить также поправки в ФЗ-209, так как социальные предприниматели — представители микро-, малого и среднего бизнеса», — добавляет Н.Зверева.

Важно ввести в закон ограничение распределения прибыли — совладельцы социального предприятия смогут использовать по своему усмотрению не более 35% получаемой прибыли. Остальная часть дивидендов должна будет расходоваться на социально-полезные цели.

По словам эксперта, нет необходимости вводить льготы для социальных предпринимателей, но можно предусмотреть ряд налоговых льгот для доноров, жертвующих в пользу социальных предприятий — это позволит привлечь в сектор частных крупных инвесторов и содействовать его развитию.

«Мы также поддерживаем инициативу Минэкономразвития РФ о внесении изменений в ст. 265 НК РФ, — отмечает Н.Зверева. — Их суть — в предоставлении юридическим лицам права относить на расходы пожертвования благотворительным организациям, отдельным НКО и религиозным организациям. Максимальный размер отчислений предлагаем установить в пределах 10% налогооблагаемой прибыли».

КАК ЛЮБОВЬ К ЛОШАДЯМ ОБЕРНУЛАСЬ ОБЩЕСТВЕННОЙ ПОЛЬЗОЙ

Когда Галина Егорова в 2003 году зарегистрировала «Конно-спортивный клуб инвалидов» как местную общественную организацию, она даже не думала, что начала заниматься социальным предпринимательством — просто хотелось что-то сделать для людей с нарушениями здоровья, в первую очередь, детей.

Галина Борисовна, зооинженер по коневодству, начала «заниматься лошадьми» в 1994 году. Костяк специалистов работает в конном клубе «Сосновый бор» (на базе которого действует общественная организация) с тех самых пор. За людей здесь держатся — специальность редкая, профессионалы на вес золота!

За пару десятков лет работы, чтобы не только выживать, но и развиваться, клуб пробовал «использовать» лошадей по-разному: проводил рыцарские турниры, праздники с участием лошадок, публику развлекали «кони-клоуны». Со временем от развлекательного направления практически отказались: сконцентрировались на спорте и иппотерапии.

Сейчас в клубе «Сосновый бор» действует детская спортивная секция — тренеры обучают больше 100 ребятшек. Параллельно работает пони-школа — для детей с 3 лет. В обучении для взрослых упор делается на индивидуальные занятия. Кстати, буквально за последний год в клубе появилась новая специфическая целевая группа: занятия полюбили женщины с диагнозом «рак груди», уже прооперированным и перенесшим химиотерапию. Первая группа из 3 человек не только осваивает навыки верховой езды, но и демонстрирует хорошие темпы реабилитации.

Поскольку конюшни и сам клуб расположены на территории большого одноименного парка, здесь практикуются платные конные прогулки для широкой публики, однако упор делается опять же на обучении. Неожиданный вид заработка — аренда лошадей театром оперы и балета: в «Дон-Кихоте», например, на сцену выходит еще и ослик. И очень популярны у горожан фотосессии с лошадьми: небольшие доходы, но стабильные.

Важное большое направление работы конно-спортивного клуба «Сосновый бор» — иппотерапия. В 2004 году Егорова пригласила в Новосибирск специалистов из Москвы. Они провели обучающий семинар, и «все завертелось». Сейчас общественная организация «Конно-спортивный клуб инвалидов» — лидер направления. В Ново-

сибирской области создана и работает Гильдия иппотерапевтов — единственная региональная гильдия в России. Ресурсные центры иппотерапии действуют в четырех районах области. Гильдия проводит семинары, конференции, входит в Ассоциацию иппотерапевтов Сибири. Стоит отметить, что термин «иппотерапия» употребляется как в общем смысле, так и в сугубо медицинском. Иппотерапевтами можно называть и тренеров, которые занимаются с детьми, и врачей с соответствующей специализацией.

Человек с ограниченными возможностями, который хочет заниматься, сначала проходит прием у врача-иппотерапевта. Врач у клуба «свой» — молодой ортопед прошел обучение еще на первом, «московском», семинаре, и с тех пор сосредоточил свой профессиональный интерес на данном направлении. Он расписывает не только занятия, но и лошадей. Потому что на подготовку лошади можно потратить несколько лет, и никто не скажет, получится из лошади «лекарь» или нет. Сейчас в клубе 32 лошади, но только 4 годятся для детей





С помощью грантов удавалось проводить выездные летние лагеря, давать уроки верховой езды кадетскому классу, в котором учатся воспитанники детских домов. Последние несколько лет появилась возможность подписывать контракты и работать по договорам.

Галина Егорова вспоминает о том, что, когда они зарегистрировали общественную организацию, то столкнулись с негативным отношением со стороны некоторых общественников — их восприняли как неожиданных конкурентов в системе конкурсного распределения средств. Поэтому она продолжала рассчитывать только на свои силы и умения.

Конный бизнес трудно назвать сверхприбыльным — это очень затратное и дорогостоящее увлечение. Именно увлечение, потому что на первом месте в сплоченном коллективе стоит любовь к лошадям, желание общаться с ними, заниматься верховой ездой. Только за аренду земли в 2015 году, по новым расценкам, клубу придется заплатить миллион рублей, и уже сейчас приходится ломать голову, как эти деньги заработать. Но от иппотерапии здесь уже никто никогда не откажется. А в минувшем году с Галиной захотела работать дочь, которая раньше не проявляла особого интереса к маминой деятельности. Любовь к лошадям — она заразительна...

Татьяна Афанасьева

с особо тяжелыми диагнозами. Занятия проводятся в основном два раза в неделю. Интересно, что клуб постепенно расширяет перечень диагнозов, с которыми готов работать — не каждый иппотерапевт возьмет на себя риск проводить занятия с больными, имеющими подвывих шейки бедра или эпилептические приступы. С наработыванием практики растет профессионализм, уверенность в своих силах.

Иппотерапевтами-тренерами в клубе работают в основном девушки. Это тяжелая профессия, в которой легко «сгореть» — и морально-психологически, и даже физически. Истощению подвержены и лошади. Если их использовать только для иппотерапии, они начинают болеть. Поэтому так важно менять режимы работы, отдыхать от чужой боли. Ежемесячно в клубе занимаются около 50 инвалидов, в основном детей и подростков.

В 2004 году общественная организация выиграла первый грант — участвовала в конкурсе мэрии Новосибирска. Гранты до сих пор являются стабильным, хотя и небольшим источником дополнительных доходов клуба. За счет этих средств удастся обеспечивать бесплатные занятия. Галина перечисляет случаи, когда частные лица оплачивали курс для конкретного ребенка-инвалида. Иногда обеспеченные люди берут на себя такие расходы, но предугадать это невозможно. Зато регулярные грантовые конкурсы в городе и области дают возможность строить определенные планы.



ЯНА БЛЫНСКАЯ И АРТ-СТУДИЯ «ОТ СЕРДЦА К СЕРДЦУ»

В арт-студии «От сердца к сердцу» в Прокопьевске занимаются более 30 человек с инвалидностью. Декоративно-прикладное искусство, театральное мастерство, танцевальная студия, поэтические конкурсы, концерты и литературные вечера — творчество помогает людям с инвалидностью убедиться в том, что их возможности действительно безграничны.

По зову сердца

Создатель студии «От сердца к сердцу» Яна Блынская по образованию юрист, по зову сердца — поэт. В 2011 году она зарегистрировала ООО «Культурно-эстетический центр «Алые паруса». В центре взрослые и дети занимались в театральной студии, проводили выставки и творческие вечера. Однажды в «Алые паруса» позвонил молодой человек с инвалидностью, спросил, может ли он и его друзья с ограниченными возможностями посещать студию. Этот день стал поворотным, вспоминает Блынская. В итоге в конце 2012 года открылась арт-студия «От сердца к сердцу».

Стартап

Культурно-эстетический центр Блынская открыла на личные сбережения — 80 тыс. рублей. Деньги пошли на покупку мебели, обустройство офиса, частично на оплату аренды в ДК им. Маяковского — 200 рублей в час. Центр начал функционировать за счет платных услуг: платные занятия, издание брошюр, проведение творческих вечеров, выставок картин и фотографий.

С открытием студии для людей с инвалидностью вновь возникла проблема помещения — на третьем этаже ДК они заниматься не могли. Не-



большое помещение безвозмездно предоставил клуб «Искорка» — и некоторое время арт-студия работала там. Но когда число посетителей выросло до 30 человек, на занятиях стало тесно. Блынская и раньше обращалась в администрацию города с просьбой предоставить помещение, но только теперь власти откликнулись. Бесплатное помещение студия получила в отдаленном неблагополучном районе Прокопьевска, оно совершенно не адаптировано для инвалидов, но вариантов других нет. На занятия людей с инвалидностью привозит социальное такси.

Доходы и расходы

Дохода арт-студия «От сердца к сердцу» не приносит. Расходы покрываются частично за счет платных услуг в «Алых парусах», частично — за счет самих инвалидов. Например, на оплату социального такси — 100 рублей в оба конца — они каждый раз скидываются по 10–12 рублей. Поездки на творческие конкурсы и фестивали в другие города тоже за свой счет. Но все занятия в студии для людей с инвалидностью бесплатны.

Рабочие места

В команде «Алых парусов» изначально было три сотрудника: кроме директора, специалист по издательской деятельности и художественный руководитель студии. В дальнейшем ставку специалиста по издательской деятельности пришлось сократить.



В арт-студии «От сердца к сердцу» специалисты работают на общественных началах. Светлана Данилова безвозмездно проводит для людей с инвалидностью тренинги по театральному искусству, развитию речи, ставит им дикцию. Людмила Спиридонова отвечает за работу мастерской декоративно-прикладного творчества. Яна Блынская готовит подопечных к участию в конкурсах, вывозит их в театры, на концерты, выставки, на природу.

Результат налицо

Когда они пришли в студию впервые, большинство были зажаты, стеснительны, боялись ходить по одному, даже здороваться, рассказывает о своих подопечных Блынская. Сейчас они охотно общаются, выступают на сцене, ездят в другие города. Только в этом году принимали участие в областном фестивале художественного творчества «Вместе мы сможем больше», в поэтическом вечере, посвященном Дню православной книги, в литературном конкурсе «Дар без границ», отборочном туре областного фестиваля «Лучики надежды», конкурсе чтецов, где заняли призовые места. Они горят творчеством, заряжают друг друга энергией, передают тепло от сердца к сердцу, говорит Блынская.

В 2013 году проект Яны Блынской вошел в тройку лидеров регионального конкурса среди социальных предпринимателей «Шаг навстречу переменам».



Планы на будущее: дом мечты

Яна Блынская хочет создать в студии такие условия, чтобы люди с инвалидностью могли не только заниматься творчеством в комфортной обстановке, но и зарабатывать. Ее мечта — построить за городом дом, полностью адаптированный для людей с инвалидностью, с мастерскими для занятий декоративно-прикладным творчеством, концертным залом, комнатой отдыха. Возле дома должна быть детская площадка, красивый и удобный двор. И обязательно собственный автобус, оборудованный для инвалидов. Сейчас Блынская ищет спонсоров для осуществления масштабного проекта.

Елена Ноздрачева



«НАСТАВНИЧЕСТВО» — ПРОЕКТ-ПОБЕДИТЕЛЬ ХАКАТОНА «СДЕЛАЙ НСК|NSK»

22–23 мая на хакатоне «Сделай НСК|NSK» в Новосибирске первое место среди представленных приложений и сервисов по улучшению жизни в городе было отдано волонтерскому проекту «Наставничество» Детского благотворительного фонда «Солнечный город» (<http://www.suncitylife.ru>). Проект призван решить проблему нехватки общения детей из детских домов с внешним миром. На его доработку выделено финансирование 60 тыс. рублей.

Полученные деньги пойдут на создание сайта проекта — удобной платформы для волонтеров, которые смогут с помощью нового сервиса стать наставниками для детей из детских домов, координировать свою работу, вести дневники, консультироваться с психологами, отчитываться о проделанной работе, делиться опытом, привлекать в проект новых волонтеров. Сайт станет важным инструментом по информированию населения о том, кто такие наставники, какую работу они выполняют и как можно к ним присоединиться.

Немного о проекте

Проект «Наставничество» запущен Детским фондом «Солнечный город» в сентябре 2014 года на базе детского дома №13. Его главная идея в том, что у воспитанников детских домов появляются наставники — старшие товарищи. Они налаживают с подопечными близкие, доверительные отношения, эмоциональную связь, регулярно общаются, проводят вместе время, делятся теплом и вниманием. В результате такой работы, по замыслу авторов проекта, самооценка подростков повышается, коммуникативные и социальные навыки переходят на новый уровень, дети получают реалистичные представления о возможных профессиях, становятся более ответственными и самостоятельными.

«Индивидуальная поддержка — это то, что может помочь ребенку, который, так уж получилось, живет в детском доме, — рассказывает координатор проекта Анна Волкова. — Помочь узнать взрослый мир и понять, как он сможет в нем жить. Ведь каждому человеку нужен наставник, который поделится своим жизненным опытом и поддержит».



Как все устроено

С момента запуска проекта в «Солнечный город» пришло 30 анкет от добровольцев, желающих стать наставниками. В следующий тур было отобрано лишь 15 человек, трое из которых «отсеялись» в последующие месяцы. На сегодняшний день сформировано 12 крепких пар «наставник-наставляемый». Отобранные для работы с детьми волонтеры прошли серьезное собеседование и обучение, сумели найти общий язык со своими подопечными и работают с ними по индивидуально разработанным с участием психологов «маршрутным листам». Преимущественно, это люди в возрасте от 30 до 45 лет, имеющие за плечами определенный жизненный опыт, реализовавшие себя в профессии, семье, воспитании собственных детей.

«Установка доверительных отношений с воспитанниками детских домов — долгий процесс. Дети априори не доверяют взрослым, причем уровень их недоверия зашкаливает, — считает Анна Волкова. — Поэтому преодолеть этот сложный этап сумели не все наставники. Да и в остальных парах дела не всегда идут гладко. Тут не обойтись без сопровождения проекта профессиональными психологами, которые несколько раз в месяц проводят с участниками проекта групповые и индивидуальные супервизии, оценивают работу наставников, дают рекомендации, корректируют маршрутные листы детей».

Обязательным условием работы наставников является их регулярное личное общение с подопечными, проявление искреннего интереса к их эмоциям, чувствам и мыслям, помощь в затруднительных вопросах.

Не секрет, что «бичом» современных детских домов является плохая успеваемость воспитанников в школе. Воспитателям не хватает времени заниматься с подростками, поэтому в данном случае помощь наставников сложно переоценить. Они помогают детям разобраться в новом материале, выучить уроки, объясняют им, почему так важно учиться и получить образование.

Во многих парах найдены и другие общие интересы. Маргарита Гуторова — инженер-конструктор на крупном предприятии, график ее работы с 8 до 17. При этом женщина находит время на регулярное общение с подопечной Кариной. Их дружба началась неожиданно для Гуторовой — девочка сама подошла к ней и попросила стать наставником. С тех пор они очень привязались друг к другу, наладили доверительные отношения. Вместе гуляют, посещают курсы в модельном агентстве, ходят за покупками. «Я испытываю удовольствие, общаясь с Кариной, очень к ней привязалась, — рассказывает волонтер. — Для меня важно осознавать, что кто-то ждет меня и во мне нуждается».

Первые успехи

Проекту «Наставничество» почти 10 месяцев. Анна Волкова говорит, что налицо положительная динамика в развитии подопечных. Это подтверждают результаты специального тестирования детей, проведенного впервые «на входе» в проект и регулярно повторяющегося. Тест посвящен постулатам, которые, по мнению авторов, необходимо развивать в детях в первую очередь, и которые

помогут им лучше подготовиться ко взрослой жизни. Это коммуникация, целеполагание, социализация и профорientация. Проведенные тесты демонстрируют положительные результаты по всем блокам, особенно радует развитие у подростков коммуникативных навыков, появление у них доверия к взрослым, формирование правильных установок на учебу, получение хорошей профессии, создание собственной семьи и т.д.

Есть очень большие сдвиги и во взаимоотношениях «наставник-наставляемый». В некоторых парах отношения стали настолько близкими, что волонтеры оформили для подопечных «гостевой режим» — планируют забирать детей в свои семьи на выходные, праздничные дни и каникулы. Не исключено, что дело дойдет и до опеки...

«Проект востребован в обществе и имеет ощутимые результаты, — резюмирует Анна Волкова. — Мы не хотим останавливаться на достигнутом и будем тиражировать технологию, распространяя ее на другие детские дома». Работа идет полным ходом. «Солнечный город» ведет переговоры с Комитетом опеки Новосибирска о том, чтобы проект «Наставничество» вышел на уровень города. А это значит, что скоро потребуется много новых волонтеров, готовых стать наставниками для детей, лишенных родительской опеки. И создание сайта для координации их работы просто необходимо.

*Фото: Маргарита Гуторова
Елена Ноздрачева*



ИЗ СУЗУНА В ПЕРМЬ

В конце ноября 2014 г. в г. Перми проходил международный форум «Доброволец России 2014». Мне посчастливилось стать представителем Сузунского района на этом очень значимом, большом мероприятии. В нем приняли участие представители добровольческих объединений со всей России, а также эксперты из разных стран мира. Форум открыли приветственные слова Губернатора Пермского края Виктора Басаргина и главы города Игоря Сапко. В пленарном заседании участвовал Герман Ветров (заместитель директора Департамента инновационного развития Министерства экономического развития РФ) и представители разных министерств и фондов города Пермь. Уважаемые люди зачитывали доклады о развитии добровольчества и его законодательной поддержке в РФ, отвечали на вопросы участников. В итоге заседание получилось насыщенным и крайне полезным для обеих сторон.

В течение трех дней проходили множество мастер-классов и workshop'ов, где зарубежные и отечественные эксперты делились своим опытом и давали советы. За эти три дня я успела стать донором костного мозга, познакомиться с удивительными людьми и даже побыть моделью в костюме Снеговички, сделанном руками людьми с ОВЗ.

Закрывал форум I Всероссийский кинофестиваль социально ориентированных короткометражных фильмов, видеороликов и социальной рекламы «Лампа». Между показами социальных роликов



2014
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ
ДОБРОВОЛЕЦ
РОССИИ

26-28 ноября
Пермь

и награждениями лауреатов кинофестиваля выступали артисты разных жанров. Более всего поразило выступление детей с нарушением слуха I и II вида с песней «Солнечный круг».

В ходе фестиваля награждали и лауреатов престижного знака «Доброволец России».

Знак «Доброволец России 2014» — общественная награда, вручаемая организациям и физическим лицам, которые достигли успехов в развитии добровольчества в Российской Федерации в различных сферах: оказание адресной помощи, ликвидация последствий стихийных бедствий, реализация социально значимых проектов, позиционирование идей добровольчества и благотворительности, развитие программ корпоративного добровольчества и др. Знак вручается в целях выражения общественного признания достижений его обладателя и широкого продвижения добровольчества в России.

В список претендентов на премию «Доброволец России 2014», к сожалению, Сузунский район Новосибирской области не попал. Но это всего лишь означает, что на следующий год мы будем активнее развивать добровольческое направление на нашей малой родине.

С уверенностью могу сказать, что международный форум «Доброволец России 2014» вдохнул энергию для свершения новых добрых дел!

Юлия Гусарова,
главный специалист УКСТуМП
администрации Сузунского района

Поездка состоялась в рамках региональной субсидии «Курс на профессионализацию», поддержанной Министерством региональной политики Новосибирской области в рамках конкурса среди социально ориентированных некоммерческих организаций для предоставления субсидий за счет средств областного бюджета Новосибирской области с учетом субсидий из федерального бюджета (2013 г.).