

ства, которая ему наиболее интересна. Это и донорские программы, и частное пожертвование, и участие в различных благотворительных акциях, и помощь НКО в профессиональном ключе: в PR, бухгалтерии».

Эксперты также подняли вопрос мотивации волонтерской деятельности. Многие компании рассказали, что для сотрудников это возможность проявить себя и продвинуться по карьерной лестнице. Игорь Соболев отметил, что эффективным инструментом мотивации является предоставление сотрудникам возможности соуправления благотворительными проектами компании. «Координаторы по благотворительности и добровольчеству приобретают необходимые компетенции, ценные и для компании, и для развития социального партнерства в местных сообществах. Кроме благородных мотивов помощи людям сотрудниками движет осознание степени оказанного доверия и возможности творчества», — поясняет Игорь Соболев.

Как оказалось, сотрудникам и не особенно нужна дополнительная мотивация: по оценкам компаний, большинство из них с радостью воспринимают идею волонтерства, несмотря на то, что зачастую подобные акции происходят в нерабочее время. «По нашим наблюдениям сотрудники охотно готовы участвовать в волонтерских акциях именно в нерабочие часы. И интерес к таким мероприятиям растет. Так, в нашем волонтерском проекте „Зеленые команды“ (уборка территорий, посадка деревьев) в Петербурге количество волонтеров выросло на 70 процентов за последние три года», — рассказывает Вера Бреус, менеджер по внешним связям и коммуникациям Coca-Cola Hellenic Russia. По мнению господина Соболева, такие акции и должны проходить только в неоплачиваемое компанией время сотрудников-волонтеров. «В обратном случае происходит замена понятий: помощь благополучателям оказывает не сотрудник, как доброволец, не ожидая вознаграждения, а сама компания, направившая свой персонал для выполнения работ/услуг в интересах благополучателей. В современных условиях, когда культура корпоративной благотворительности и добровольчества в России только формируется, лучше всего сочетать две этих формы благотворительности, понимая их отличия», — поясняет он.

«Сотрудникам важно осознание того, что они вносят свой вклад в решение социальных проблем», — рассказывает Елена Тарасова, директор бренда Zarina. — Наша компания сотрудничает с благотворительным фондом „Рауль“, который помогает выпускникам детских домов. Мы реализуем проект „Zarina для неравнодушных“: для привлечения внимания к проблеме выпустили серию роликов на социальную тему, которые создала для нас Рената Литвинова; продаем одежду с рисунками, нарисованными детьми из детских домов; производим отчисления в фонд. Дети ощущают наше внимание, участие, видят свои рисунки по всей России, они чувствуют, что они не одиноки. Этот проект вызвал огромный ажиотаж и поддержку со стороны сотрудников».

РЕШИТЬ ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ Важным моментом является организация работы по благотворительности в компании. «Мы приняли ряд организаци-

онных мер, упрощающих схему работы по благотворительности. Для эффективной работы с заявками мы создали благотворительный комитет, в который входят генеральный директор, финансовый директор, менеджер по связям с органами власти и еще несколько человек, которые принимают решение о распределении бюджета на эти заявки. Проблему распределения продукции решило бы сотрудничество с профессиональным благотворительным фондом, занимающимся распределением продуктов нуждающимся, над чем мы сейчас работаем», — делится опытом Юлия Весенева, специалист по внешним коммуникациям «Мон’дэлис Русь».

Майя Петрова, советник юридической фирмы Vorenius, обозначила проблему невозможности прямых денежных пожертвований детским домам и другим нуждающимся бюджетным организациям. «По нашему законодательству деньги попадают в общий бюджет, а до конечной нуждающейся организации они в результате так и не доходят». По мнению Алексея Лазутина, руководителя отдела развития бизнеса компании КПМГ, решением проблемы является взаимодействие с некоммерческими организациями. «Мы осуществляем ряд проектов с НКО, которые являются профессионалами в этой сфере, поэтому получаем хороший результат», — говорит он.

Сергей Захаров, заместитель директора по социальному предпринимательству благотворительного центра «Хэсэд Авраам», поделился проблемами некоммерческих организаций. По его мнению, без развития социального предпринимательства выживание НКО в России затруднительно. «Поэтому мы поддерживаем подход КСО-инновации, предлагая социальный продукт. В частности, мы выполняем государственные заказы. А в один из наших проектов — строительство дома для престарелых — мы привлекаем коммерческие организации».

Эксперты также подняли проблему эффективности партнерства в благотворительных акциях. «Партнерство позволяет сделать проекты более масштабными, интересными, и соответственно, более эффективными. Например, наша компания проводит паралимпийский турнир по теннису „Мегафон Dream Cup“. Благодаря поддержке партнеров турнир удалось сделать по-настоящему масштабным: его поддерживает комитет по физической культуре и спорту Санкт-Петербурга и Ленинградской области, Федерация тенниса России. Уверен, что большинство компаний заинтересовано в сотрудничестве. Но существует проблема, которая заключается в том, что нет какого-то центра, который бы генерировал и объединял информацию о желающих провести партнерскую программу. Думаю, создание такого проекта было бы интересно рынку», — рассуждает Александр Цыпкин, директор по связям с общественностью Северо-Западного филиала «Мегафон».

Эксперты поддержали предложение Игоря Соболева, развивая тему дискуссии, высказал общие пожелания участников по формированию трехсекторного социального партнерства. «Наша компания перестает подменять государственные учреждения в финансировании их функций. Бизнес рассчитывает на партнерские отношения с государственными органами и готов дополнять, а не заменять государство в социальной работе», — резюмировал он. ■

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СБАВЛЯЮТ ОБОРОТЫ

АНАЛИТИКИ ЗАФИКСИРОВАЛИ ПО ИТОГАМ 2012 ГОДА СНИЖЕНИЕ ТЕМПОВ РОСТА РОССИЙСКОГО СЕКТОРА ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ. ЭТО ПРОИЗОШЛО ВПЕРВЫЕ ЗА НЕСКОЛЬКО ПОСЛЕДНИХ ЛЕТ. ВЫРУЧКА ПРИ ЭТОМ ПО-ПРЕЖНЕМУ РАСТЕТ. АГАТА МАРИНИНА

Эксперты расходятся в оценке объема российского IT-рынка. Итоги прошлого года оценивались в \$16–34 млрд при росте 0,5–4% в долларовом эквиваленте. В Ассоциации АП КИТ говорят, что за исключением кризисного года рост не фиксировался ниже двузначных показателей.

По данным рейтингового агентства «Эксперт РА», по итогам прошлого года объем реализации крупнейших компаний составил 453 млрд рублей. Это на 21,5% больше, чем годом ранее. Но в 2011 году рост был более 30%.

ПЕРЕОРИЕНТАЦИЯ Аналитики утверждают, что это первое ухудшение динамики развития с момента последнего экономического кризиса. Замедление темпов роста связывается с общей инвестиционной стагнацией в стране. К тому же, отмечают эксперты, бизнес стал экономнее относиться к затратам на информационные технологии. Госструктуры же отдают предпочтение собственным организациям.

Наиболее динамично развивался рынок производства программного обеспечения. По данным «Эксперт РА», прирост суммарных доходов по данному направлению составил 22,7%. Выручка компаний составила 37,9 млрд рублей. При этом 24,4 млрд рублей пришлось на проектное ПО и 13,5 млрд рублей — на готовое.

Президент НП «Руссофт» Валентин Макаров отмечает переориентацию на продажи за рубежом. По его словам, 30% опрошенных «Руссофтом» компаний собираются поставлять свою продукцию на внешний рынок. Валентин Макаров считает, что российский экспорт IT-продуктов и услуг в 2013 году вырастет на 20% и составит \$5,5 млрд. В 2012 году он составил \$4,6 млрд, что менее 1% от всего экспорта России. Для сравнения: экспорт программного обеспечения из Индии оценивается в \$50 млрд. «Если рассматривать структуру российского экспорта, то 50 процентов приходится на оказание услуг (разработка различных проектов под нужды заказчика), 40 процентов — на продажи программного обеспечения. 10 процентов приходится на сервисы, разрабатываемые в центрах глобальных корпораций, расположенных в России, например, Google», — рассказал Валентин Макаров.

КЛИМАТ НЕ ТОТ Развитие ИКТ в России отстает от мировых показателей. По данным Минкомсвязи, IT-сегмент занимает примерно 1,2% ВВП. В мировой практике доля IT в ВВП может достигать 5%. Планы весьма амбициозны. За 2012–2018 годы средний темп роста отрасли IT должен втрое превысить средний темп роста ВВП. От развития IT зависит выход большинства других отраслей экономики на следующие этапы. → 84

**НАШЕ ТЕПЛО — ГОРОДАМ
НАША ЭНЕРГИЯ — РОССИИ**

www.tgc1.ru