

БУДУЩЕЕ – В ТВОИХ РУКАХ!

Опыт сотрудничества бизнеса, НКО и государства
по вовлечению молодежи в социальную и экономическую жизнь



БУДУЩЕЕ – В ТВОИХ РУКАХ!

Опыт сотрудничества бизнеса, НКО и государства
по вовлечению молодежи в социальную
и экономическую жизнь

УДК 323:316.346.32-053.6
ББК 66.3,4
Б90

Б90 БУДУЩЕЕ – В ТВОИХ РУКАХ! Опыт сотрудничества бизнеса, НКО и государства по вовлечению молодежи в социальную и экономическую жизнь / под ред. Е.Н. Корф. – М.: Издательство «Проект Форте», 2009. – 60 с.

ISBN 978-5-903274-13-0

Данная публикация содержит краткий обзор государственной молодежной политики и примеры лучшего опыта в области вовлечения молодежи в социальную и экономическую жизнь по следующим направлениям: карьера и трудоустройство, включая развитие предпринимательства; развитие личных навыков; социальная инфраструктура территорий и молодежь. Опыт успешных программ, моделей и инициатив представлен ведущими российскими и международными компаниями, такими как ТМК, «Клиффорд Чанс», «Балтика», «Евраз Холдинг», «Русал» и др., а также региональными некоммерческими организациями. Издание рассчитано на руководителей и специалистов отделов кадров, внешних связей и связей с общественностью, а также руководителей и специалистов молодежных некоммерческих организаций и государственных органов молодежной политики.

УДК 323:316.346.32-053.6
ББК 66.3,4

Данное издание подготовлено и напечатано при поддержке Европейского Союза в рамках проекта «Будущее – в твоих руках! Партнерство бизнеса и НКО для вовлечения молодежи в социально-экономическую жизнь», который был реализован Международным форумом лидеров бизнеса (IBLF), Центром РНО и объединением предпринимателей «Деловая Россия» в 12 регионах России. (2007– 2009 гг.).

Данное издание не предназначено для продажи. Полное или частичное воспроизведение материалов, содержащихся в данном издании, допускается только с письменного согласия издателя. При цитировании ссылка на издание обязательна.

ISBN 978-5-903274-13-0

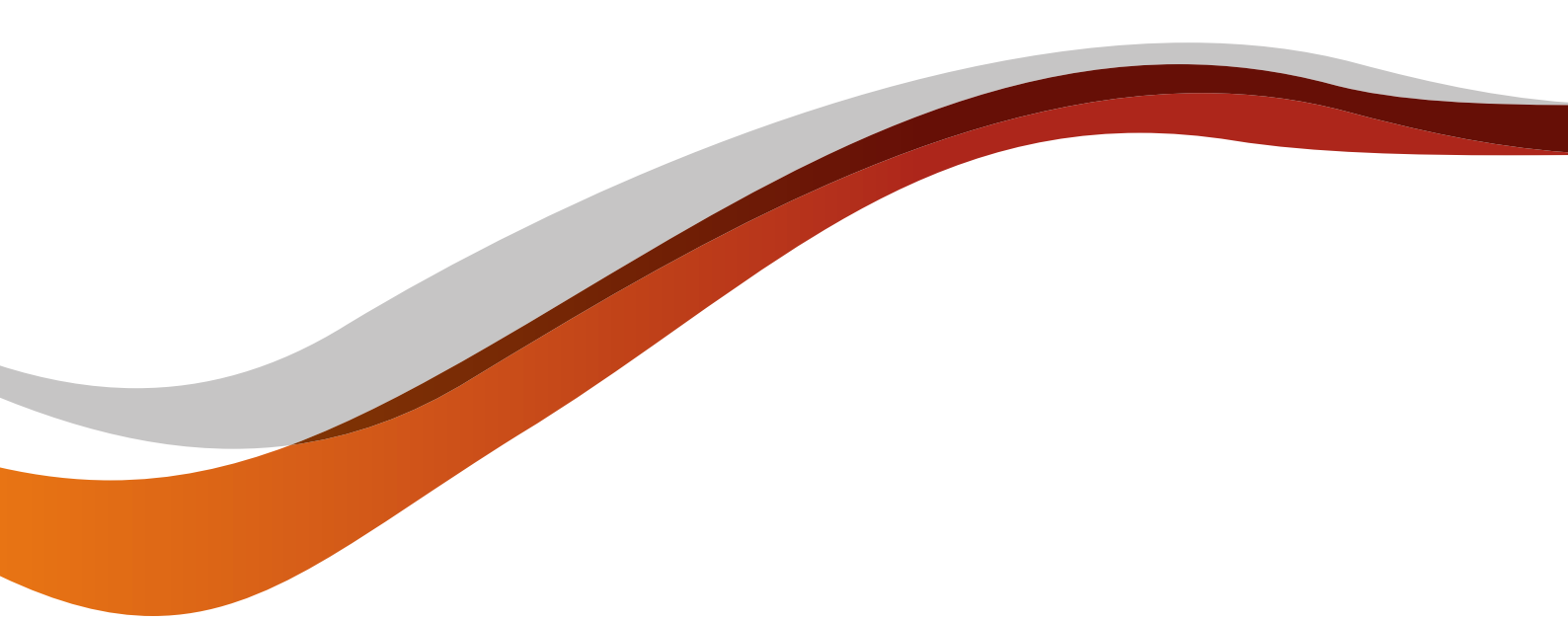
© Международный форум лидеров бизнеса (IBLF), 2009
© Центр РНО, 2009

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
Раздел 1. КАРЬЕРА И ТРУДОУСТРОЙСТВО	8
Взгляд специалиста	
Государственная молодежная политика – ключевые вехи, Национальная академия ювенологии	11
Карьера и трудоустройство молодежи: обзор основных трендов, проблем и способов их решения, THI Selection	15
Практический опыт	
«Клиффорд Чанс» Сотрудничество с ведущими вузами Москвы	17
ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» Привлечение молодых специалистов и работа со студентами	20
Международный форум лидеров бизнеса (IBLF), «Королевский банк Шотландии» ЗАО (RBS), Британское негосударственное агентство развития OXFAM и Youth Business International (YBI) «Молодежный бизнес России», программа поддержки и развития молодежного предпринимательства, Калуга	23
Раздел 2. РАЗВИТИЕ ЛИЧНЫХ НАВЫКОВ	26
Взгляд специалиста	
Неравнодушные сотрудники – основа устойчивого бизнеса. Интерактивное партнерство бизнеса и НКО, «Импакт Интернешнл»	29
Практический опыт	
Независимый исследовательский центр «Есть мнение», Челябинск Программа поддержки молодежных инициатив	31



	Региональная общественная организация «Карельское землячество»	
	«Робинзонада»	32
	Международная программа по корпоративному волонтерству	
	«Вместе» (ENGAGE)	
	Ключевые города	33
	Партнерство по повышению финансовой грамотности населения	
	Азбука финансов	36
Раздел 3.	СОЦИАЛЬНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА ТЕРРИТОРИЙ И МОЛОДЕЖЬ	38
	Взгляд специалиста	
	Практика деятельности «Молодежных Банков», Партнерство Фондов местных сообществ, Молодежный Банк Тольятти.	41
	Практический опыт	
	Объединенная компания «РУСАЛ»	
	Центр социальных программ «РУСАЛа» – эффективный инструмент развития территорий	45
	Трубинская Металлургическая Компания (ТМК)	
	Социальный диалог	49
	«Евраз Групп С.А.»	
	Корпоративное волонтерство	53
	Фонд «Новая Евразия» при поддержке местных бизнес-структур	
	Местному сообществу – активную молодежь	54
Заключение		56
Приложение 1.	Информация об организаторах.	57
Приложение 2.	Дополнительная информация	58



РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Елена Корф (IBLF), ответственный редактор

Эльгиз Качаев («Деловая Россия»)

Анна Клецина (ЦРНО)

Александр Кострикин (Национальная академия ювенологии)

Ирина Ошуркова (СО ЕЭС)

ВВЕДЕНИЕ

Новые социально-экономические условия России требуют формирования новых навыков активного и профессионального участия молодежи в решении личных, общественных, государственных и профессиональных проблем. Молодежь – это особая социально-возрастная группа, отличающаяся возрастными рамками и своим статусом в обществе: переход от детства и юности к социальной ответственности. Общество, как правило, предоставляет молодежи возможность социального становления, формируя определенные социальные институты, одним из которых является и государственная молодежная политика.

Молодежь в значительной степени обладает тем уровнем мобильности, интеллектуальной активности и здоровья, который выгодно отличает ее от других групп населения. В то же время, перед любым обществом стоит вопрос о необходимости минимизации издержек и потерь, которые несет страна из-за проблем, связанных с социализацией молодых людей и интеграцией их в единое экономическое, политическое и социокультурное пространство. Поэтому вопросы эффективных методик включения молодежи в социально-экономическую жизнь, обучения их новым социальным технологиям и предоставление возможности практического участия в развитии экономики страны, в созидании нового, «своего» будущего представляются чрезвычайно актуальными.

Сегодня молодежь России – это 39,6 миллиона молодых граждан, 27% от общей численности населения страны. В соответствии со Стратегией государственной молодежной политики в Российской Федерации, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 18 декабря 2006 г. N 1760-р, к категории молодежи в России относятся граждане России от 14 до 30 лет. Именно эта категория будет интересовать нас на протяжении всей брошюры.

Жизнь не стоит на месте, и в российской экономике мы являемся свидетелями и участниками удивительного процесса – в современном обществе активно развивается новая технология – социальное партнерство. Это явление становится все более популярным, существует большое количество оригинальных и интересных инициатив, а грамотное применение инновационных методов и инструментов партнерства приносит свои плоды. Самым позитивным моментом этих явлений представляется эффективное вовлечение молодежи в социальную и экономическую жизнь, а также вовлечение персонала бизнес-компаний в дела местного сообщества. Практический опыт, накопленный в России, уже позволяет оценить несомненный потенциал и возможности совместного подхода молодежи к решению социальных проблем.

Таким образом, наша цель – начать эффективный процесс обмена опытом и представить обзор существующих возможностей и инновационных методов работы с молодежью на основе социального партнерства на базе взаимовыгодного сотрудничества государства, бизнеса и общества. В первом разделе данной публикации представлен обзор подходов и проблем в области выбора и построения карьеры. Вторым раздел посвящен инициативам в области развития личных и профессиональных навыков. Третий раздел содержит описание партнерских проектов, направленных на развитие местных сообществ.

«Молодежь – это потенция, готовая к любым начинаниям»

Карл Манхейм

В начале 1990-х годов во время появления первых ростков гражданского общества и нового для России некоммерческого сектора (НКО) термином «социальное партнерство» (или «межсекторное партнерство») стали называть взаимоотношения между тремя секторами социально-экономического пространства страны: государственного, частного предпринимательского и некоммерческого. Сегодня смысл социального партнерства состоит в налаживании конструктивного взаимовыгодного взаимодействия на общественной арене – государственными структурами, коммерческими предприятиями и некоммерческими организациями.

Социальное партнерство возникает тогда, когда представители трех секторов экономики (или любая пара из них) начинают работать совместно, осознав, что это выгодно каждой группе и обществу в целом.

Социальное партнерство зиждется на следующих постулатах:

- заинтересованность каждого стейкхолдера в поиске путей решения социальных проблем;
- объединение усилий и возможностей каждой из сторон в решении важных проблем, неэффективно решаемых ими отдельно;
- конструктивное сотрудничество между ними в разрешении спорных вопросов;
- взаимоприемлемый контроль и учет интересов; контроль ситуации всеми сторонами, а не какой-либо одной;
- правовая обоснованность сотрудничества, предоставляющая выгоды каждой стороне и обществу в целом условия взаимодействия.

Данная публикация, выходящая в свет в Год молодежи, представляет собой попытку систематизировать и представить примеры совместных партнерских инициатив, направленных на активное вовлечение молодежи в социальную и экономическую жизнь. Мы выражаем признательность всем, кто поделился своим опытом и предоставил материалы: Татьяне Песоцкой («Клиффорд Чанс», Москва), Анастасии Ким, Александре Евсеевой и Елене Скалон (THI Selection, Санкт-Петербург), Людмиле Болховитиной (Impact International, Москва), Мари-Хосе Субиеле и Тому Халли (Business in the Community, Лондон), Наталье Левицкой, Ирине Марковой (Благотворительный Фонд «Синара», Волгоград), Сергею Ильину (ТМК), Сергею Мартыщенко (ЦСП РУСАЛ), Наталье Умпелевой («Пивоваренная компания «Балтика»), Борису Цирульникову (Партнерство Фондов местных сообществ) и Светлане Чапалиной (Молодежный Банк Тольятти), а также Ольге Мурзиной (ООО «ЕвразХолдинг»), Елене Елагиной (IBLF) и Александру Кострикину (Национальная академия ювенологии) и др. Особая благодарность Екатерине Таратуте (ЦРНО) за подготовку аналитического обзора, Ирине Ошурковой (СО ЕЭС) и Елене Корф (IBLF) за общую редакцию.

Мы надеемся, что эта публикация послужит хорошим стимулом для продолжения развития совместных усилий в направлении решения актуальных проблем молодежи и общества в условиях новой экономики – «экономики людей, а не заводов»¹.

Редколлегия

КАРЬЕРА И ТРУДОУСТРОЙСТВО

Практически все современные выпускники вузов испытывают те или иные сложности с устройством на работу. Это происходит по целому ряду причин. Основная из них состоит в том, что современная система высшего образования и рынок труда существуют в большой степени автономно друг от друга, то есть далеко не для всех специальностей существуют отчетливые механизмы перехода от статуса вчерашнего студента к статусу молодого специалиста.

В очень сложной ситуации оказывается абитуриент, которому предстоит сделать важный жизненный выбор. Чаще он делает его «вслепую», не зная своих практических перспектив. В сочетании с демографическими характеристиками это приводит к снижению активности молодежи на рынке труда. Так, по оценкам аналитиков, «неблагоприятное положение на молодежном рынке труда определяется, в частности, изменением структуры экономически активного населения (могущего и желающего работать). При общем росте его численности за период 1995–2006 гг. на 3,9% доля активной части молодежи сократилась на 1,1%. В результате удельный вес молодых людей от общей численности экономически активного населения за этот период снизился с 26,7 до 25,5%»².

В настоящее время проводится много мероприятий, призванных помочь выпускникам школ и вузов с профориентацией и построением карьеры. И государство, и бизнес, и НКО предпринимают в настоящее время существенные усилия, направленные на то, чтобы облегчить молодежи задачи профориентации, профессиональной социализации и построения карьеры.

2009 год объявлен в России Годом молодежи, и администрации самых различных уровней активизировали свою работу по содействию молодежи, в том числе и в области построения карьеры.

На всех уровнях – государственные структуры, НКО, бизнес, рекрутинговые центры – проводятся мероприятия, направленные на разрешение проблемной ситуации по самым различным ее аспектам и направлениям. Речь идет о помощи в профориентации старшим школьникам, выпускникам вузов – в построении карьеры. Для этого необходимо наладить как можно более эффективное взаимодействие между всеми заинтересованными сторонами и участниками рынка труда. В настоящее время участники этой деятельности наработали уже достаточно большой опыт по организации и проведению различных мероприятий в данной сфере. Некоторые основные инструменты и формы представлены ниже.

Тренинги остаются самой эффективной формой краткосрочной работы с молодежью и пользуются большой популярностью как с точки зрения их организаторов, так и участников. Тренинги различного уровня и специализации могут быть нацелены на содействие в профориентации, в выборе вуза или сузу, отработку навыков поисков работы, написания резюме, тренировку личностных качеств, необходимых для построения успешной карьеры. Кроме того, тренинги могут быть нацелены на содействие будущим предпринимателям в открытии собственного дела, юридическим, налоговым аспектам этого вопроса и т.д. Например, большое количество тренингов проводит международная некоммерческая



ассоциация студентов, изучающих экономику и управление, AIESEC. В региональных администрациях России эти мероприятия организуют государственные подразделения по работе с молодежью. Например, в декабре 2008 г. Министерство молодежного развития Ульяновской области провело тренинг «Образ выпускника нового времени» для учащихся выпускных классов школ.

Ярмарки вакансий представляют собой также очень популярный способ организации встреч выпускников и будущих работодателей. Они в большом количестве проводятся во всех регионах России, чаще всего по инициативе служб занятости или учебных заведений, и работодатели достаточно охотно принимают в них участие. Эффективность ярмарок вакансий даже превосходит традиционные источники информации – газеты и журналы. По сообщению кадрового холдинга «Бета-пресс» (г. Москва), при проведении исследований московского рынка труда было отмечено, что оперативность СМИ и их аудитория, при всех своих достоинствах и массовости, не всегда адекватно отвечают потребностям московских работодателей. СМИ, независимо от своего статуса и тиражности, всегда будут посредником, исключая живое общение с соискателями. А этот факт часто является ключевым моментом в подборе и первичной оценке будущего сотрудника. Ярмарки вакансий имеют большую социальную значимость как мероприятия открытого найма персонала. Они в полной мере отвечают задачам обмена информацией, оперативности закрытия вакансий и развития рабочих мест ³.

Форумы и конференции – традиционная, но по-прежнему успешная форма работы.

Эти мероприятия не ставят своей целью содействие в непосредственном поиске вакансий или сотрудников, но связаны с более широкими задачами мониторинга положения на рынке труда и содействия общему ориентированию его участников в самой современной ситуации с подбором персонала. Форумы и конференции предоставляют возможность всем участникам разработать и выстроить свою стратегию и тактику поведения на этом рынке. Здесь могут ставиться также общие задачи формирования мотивации претендентов и работодателей, профессиональной социализации студентов и выпускников и т.д. Преимущество этой формы состоит в возможности обеспечить максимально широкое освещение целого спектра проблем, связанных с рынком труда и трудоустройством молодежи, силами самых различных участников этого рынка, что позволяет создать максимально общее видение, учитывающее взгляды разных сторон. Например, в 2006 г. состоялась Международная научно-практическая конференция «Молодежь и рынок труда: конкурентоспособность в современных социально-экономических условиях», организованная совместно сразу целым рядом организаций, среди которых были: Главное организационно-кадровое управление Омской области, Министерство образования Омской области, Министерство по делам молодежи, физической культуры и спорта Омской области, Избирательная Комиссия Омской области, Управление федеральной службы занятости населения по Омской области, Омский государственный педагогический университет и Фонд имени Отто Бенеке. А в начале декабря 2008 г. в Москве ассоциация AIESEC провела конференцию «Успех как стиль жизни».

Стажировки в компаниях. Крупные компании все чаще предпочитают самостоятельно готовить свои будущие кадры – иногда даже «с нуля», рассматривая эту деятельность как инвестиции в собственное будущее. Стажировки студентов или молодых специалистов на возможных местах их будущей работы позволяют как организации, так и стажеру взаимно оценить реальные перспективы сотрудничества. Так, компьютерный супермаркет «НИКС» – одна из крупнейших в России торговых компьютерных сетей – регулярно приглашает к себе на стажировки студентов компьютерных специальностей вузов. По окончании обучения некоторые из стажеров становятся постоянными сотрудниками организации.

Дополнительные обучающие программы в вузах и в компаниях – пока что не самая распространенная в России, но очень перспективная форма работы компаний со студентами и выпускниками. Эта форма достаточно разработана и хорошо зарекомендовала себя за рубежом. Она интересна потому, что она позволяет выполнить целый ряд важных задач: привлечь в свои ряды лучших молодых специалистов, обеспечить для своих будущих кадров нужную компании подготовку и переподготовку уже к моменту прихода специалиста в компанию, а также поработать на известность и имидж компании-работодателя. Например, в данное время «БАТ-Россия» проводит конкурс по отбору участников на подобную программу под лозунгом «Реши бизнес-кейс и попади на программу «Звездный управленец». Подобные программы организуются также компаниями IBM, Cisco, Motorola и др.

Грантовые и стипендиальные программы фондов направлены на развитие профессиональных и деловых качеств выпускников и студентов, повышение их осведомленности о рынках труда, развитие деловых связей и т.д. Некоторые из таких программ реализуются в рамках AIESEC. Активно работают в этом направлении также Фонд «Династия», Фонд Потанина и др. Эти программы выполняют важную роль деловой и профессиональной социализации выпускников, студентов и молодых специалистов.

Многие современные программы работы с молодежью и другими участниками рынка труда имеют комплексный долгосрочный характер, объединяя в себе элементы и формы различных моделей работы, описанных выше. Комплексные формы работы обладают в целом большей эффективностью, чем одиночные мероприятия, особенно если они объединяют усилия многих заинтересованных сторон и направлены на эффективное социальное партнерство. Участие в проектах, где присутствуют и представители всех сторон треугольника – власти, бизнеса и общества, способствует молодым людям в развитии системного подхода для решения стоящей перед ними задачи построения карьеры, расширяет горизонты видения общей ситуации и помогает быстро найти собственные эффективные пути решения проблем трудоустройства.

ВЗГЛЯД СПЕЦИАЛИСТА

ГОСУДАРСТВЕННАЯ МОЛОДЕЖНАЯ ПОЛИТИКА – КЛЮЧЕВЫЕ ВЕХИ

Александр Кострикин, Национальная академия ювенологии

Государственная молодежная политика «новой» России формировалась в начале 1990-х годов на волне подъема общественной активности, когда в стране действовало множество возникших еще в годы перестройки молодежных организаций и движений. В то время еще имели значительное влияние бывшие комсомольские лидеры, многие из которых не были согласны с самороспуском организации в 1991 г. На излете Советского Союза был принят Закон «Об общих началах государственной молодежной политики в СССР», который необходимо было адаптировать к новым условиям. После принятия Конституции 1993 г. законотворческий процесс в области молодежной политики замедлился. Определенный всплеск интереса к молодежи произошел в 1996 г. во время президентской кампании «Голосуй или проиграешь!», которая принесла Б. Н. Ельцину большое количество «молодых» голосов. После этого вопросы молодежи отошли на второй план, молодежные программы практически не финансировались, органы по делам молодежи реорганизовывались.

Новый этап интереса к молодежи со стороны органов государственной власти и общественности совпал с началом нового тысячелетия. Толчком послужили националистические акции, направленные против кавказцев на рынках, и масштабная драка в Москве после поражения российской футбольной сборной в матче с Японией в июне 2002 г. В центре внимания оказались проблемы экстремизма и насилия среди молодежи. «Цветные революции» 2004–2005 гг. в ряде стран ближнего зарубежья, прежде всего в Украине, участие молодежи в которых было ключевым фактором успеха, и массовые беспорядки в предместьях Парижа снова остро поставили

на повестку дня вопрос вовлечения молодежи в политические и экономические процессы.

Идея государственной молодежной политики как деятельности по созданию правовых, экономических и организационных условий и гарантий для самореализации личности молодого человека и развития молодежных объединений, движений и инициатив была сформулирована в 1993 г. в «Основных направлениях государственной молодежной политики в Российской Федерации», утвержденных Постановлением Верховного Совета РФ 03.06.1993 г. (№ 5090-1), которые официально действуют по сей день. Молодые люди и молодежные объединения считаются субъектами молодежной политики, а обеспечение занятости и гарантий профессиональной подготовки и трудоустройства являются приоритетными.

Этот документ, в частности, предусматривает следующие меры:

- учет специфики молодежной рабочей силы при осуществлении государственной молодежной политики, в том числе интересов наименее защищенных групп молодежи при определении мер социальной поддержки в период временной незанятости;
- использование экономических стимулов, в том числе налоговых льгот, повышающих заинтересованность предприятий по трудоустройству и приеме на работу молодежи, профессиональному обучению, повышению квалификации и переподготовке молодых работников;
- установление квот для приема на работу молодежи из числа социально незащищенных



Анна Шматко, ЦРНО, руководитель проекта
«Будущее – в твоих руках!»

«Одна из наиболее важных обязанностей правительства – оправдать веру молодежи в фундаментальную правильность демократических институтов и сохранить силу, преданность молодых людей тому времени, когда они примут на себя ответственность полноправных граждан»

Франклин Рузвельт

категорий и закрепление ответственности работодателей при невыполнении обязательств по квотированию;

- осуществление мер, облегчающих переход от учебы к труду, в том числе путем создания специализированных служб занятости, профессиональной ориентации, подготовки и переподготовки, организации общественных работ.

Однако с учетом последствий сложных социально-экономических процессов и реформ 1990-х годов практическая реализация намеченных мер в полном объеме в масштабе страны не удалась, и потребовались новые шаги.

Очередным этапом послужила «Программа содействия занятости молодежи, впервые вступающей на рынок труда», разработанная Министерством образования и Министерством труда с привлечением ряда исследовательских и общественных организаций в 2003 г. В качестве основных положений она выдвигала совершенствование и развитие профориентационной работы и социально-психологической поддержки молодежи, повышение конкурентоспособности молодежи через приобретение профессиональных знаний и навыков, расширение вариативности трудоустройства (в т.ч. через создание дополнительных, ученических, временных, сезонных рабочих мест и развитие молодежного предпринимательства, «Молодежную практику» и наставничество) и принятие дополнительных экономических, финансовых и административных решений в целях содействия занятости социально незащищенной молодежи. Однако эта программа не была принята.

Последний по времени принятый документ федерального уровня в сфере государственной молодежной политики – «Стратегия государственной молодежной политики в Российской Федерации» (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 18 декабря 2006 г. № 1760-р) – также рассматривает вовлечение молодежи в социальную практику и развитие созидательной активности молодежи в качестве приоритетных направлений. Самоопределение молодежи на рынке труда и развитие моделей и форм вовлечения молодежи в трудовую и экономическую деятельность, направленную на решение вопросов самообеспечения молодежи названы в качестве основных целей проекта «Карьера», входящего в состав Стратегии. Этот проект направлен на три возрастные группы. По отношению к молодежи от 14 до 18 лет предусматривается оказание содействия в организации трудовой практики и приобщение молодых людей к труду и решению задач самообеспечения. Для учащейся молодежи от 18 до 30 лет, занятой частично на временных и сезонных работах, должны быть поддержаны мероприятия, направленные на построение эффективных самостоятельных взаимоотношений с участниками рынка труда, стимулирование развития творческой активности молодежи и ее ответственности за свое будущее. Применительно к закончившим профессиональное образование и находящимся в поиске первого рабочего места должны внедряться эффективные формы и механизмы взаимодействия субъектов рынков труда в решении вопросов трудоустройства молодежи.

Стратегия предусматривает также и проекты по развитию добровольчества и участия



молодежи в общественной жизни. Целями проекта «Доброволец России» являются мотивация молодых людей к оказанию помощи, проявлению действенной инициативы в решении проблем людей, нуждающихся в помощи и поддержке, и формирование механизмов вовлечения молодых людей в многообразную общественную деятельность, направленную на улучшение качества жизни молодых россиян; развитие и поддержка молодежных инициатив, направленных на организацию добровольческого труда молодежи. Основными видами работы по реализации указанного направления являются: развитие и поддержка общественных организаций и молодежных объединений; формирование информационных банков данных о потребностях и возможностях организации добровольческого труда молодежи в регионах России и за рубежом; привлечение молодежи к добровольческому труду в регионах России и за рубежом в сферах массового молодежного спорта, туризма и досуга молодежи. Обеспечение участия молодежи в процессе коллективного управления общественной жизнедеятельностью и в процессе самоуправления – собственной жизнедеятельностью, развитие у молодых людей положительных навыков индивидуального и коллективного управления общественной жизнью, вовлечение молодежи в общественно-политическую жизнь общества являются основными целями проекта «Команда».

Молодежные проблемы не утрачивают своей актуальности. Региональные, а тем более местные органы власти вынуждены заниматься ими непосредственно. Именно в регионах рождаются и реализуются различные программы поддержки молодежи, и при этом активно развивается межсекторное партнерство, привлечение общественных ресурсов, средств бизнеса с участием структур гражданского общества.

КАРЬЕРА И ТРУДОУСТРОЙСТВО МОЛОДЕЖИ: ОБЗОР ОСНОВНЫХ ТРЕНДОВ, ПРОБЛЕМ И СПОСОБОВ ИХ РЕШЕНИЯ

Александра Евсеева и Елена Скалон, THI Selection, Санкт-Петербург

Все специалисты и руководители когда-то были студентами, и многие из них сталкивались с трудностями при устройстве на свою первую работу. Компании главным требованием часто выдвигают наличие опыта, а где его взять, если ты только закончил учиться и за плечами одна лишь теория? Однако сегодня все больше компаний обращают внимание именно на молодых специалистов и начинают с ними выстраивать отношения.

Стремительно развивающийся рынок труда, появление новых отраслей и технологий заставляют бизнес быть внимательнее к тем, кто является носителем новых знаний и шагает в ногу со временем. Конечно, во многих вопросах молодой специалист уступает более опытному, но на его стороне зачастую оказываются задор и энтузиазм. В некоторых случаях опыт даже идет во вред: плохо обученного специалиста очень трудно «переделывать под себя», гораздо удобнее учить с «чистого листа». Высокая лояльность, которая зачастую отличает молодых сотрудников, связана с чувством благодарности своему первому месту работы за веру и вложенный труд. Желание занять более высокую позицию и зарекомендовать себя как ценного сотрудника часто превышает материальную мотивацию. Молодой специалист по максимуму демонстрирует свой творческий потенциал и способность нестандартно, быстро и эффективно решать поставленные задачи.

Молодой специалист: «плюс» или «минус»

В работе с молодыми специалистами есть свои плюсы и минусы. С одной стороны, порой действительно выгоднее вложить средства

и вырастить своего грамотного сотрудника, чем потом искать, переманивать и переучивать чужого специалиста. Но всегда есть риск, что хорошо обученный, «повзрослевший» молодой специалист однажды просто уйдет в другую компанию, или, что еще хуже, к конкуренту. И эта проблема, наверное, одна из наиболее сложных и непредсказуемых при работе с молодыми специалистами.

Чаще всего уходят оттуда, где нет возможностей для профессионального и карьерного роста. Особенно часто с этим сталкиваются небольшие фирмы и компании, у которых нет ни времени, ни желания тратить силы и средства на последовательное развитие молодого специалиста. Поручив новичку выполнение простейших функций, компания забывает о том, что спустя некоторое время энергичному и целеустремленному специалисту захочется сделать следующий шаг. Отсутствие свободных и новых позиций в конечном итоге приведет к тому, что человек просто уйдет. Взяв в свои ряды молодого специалиста, компания должна задуматься как минимум о дальнейшем расширении его круга полномочий, как максимум – о возможной новой карьерной позиции для него.

Вторая проблема, с которой сталкивается работодатель при общении с молодыми специалистами – слишком завышенные ожидания. С каждым годом запросы выпускников растут, хотя реально «дороже» они не становятся. Конечно, те выпускники, которые наработали хороший опыт в процессе обучения, «дорожают», но и те, кто просто закончил престижный вуз, ждут зарплат не менее, чем в 1000 евро. Отсутствие адекватной оценки собственных возможностей

«Эффективность стажеров можно оценить как высокую. Энергичность, нестандартный взгляд на процессы и склонность к новаторству способствуют эффективной работе студентов. Процент принятых в штат студентов составляет около 20% от общего числа тех, кто проходил стажировку»

Олеся Ованова,
заместитель HR-директора, Societe Generale Vostok

и стоимости отталкивает работодателей. В связи с нынешней кризисной ситуацией на рынке сложно делать прогнозы, но, скорее всего, аппетиты выпускников умерятся, приблизятся к реальности. Также работодателей отталкивает излишняя неуверенность в себе и в выбранной специальности. Не секрет, что выпускники школ часто идут учиться туда, куда проще всего сдать экзамены, где есть договоренность со школами, где есть связи у родителей. Гарантий, что молодой человек будет работать по специальности, которую он получил, нет. Даже если студентом он проходил практику, всегда есть шанс, что через полгода работы по специальности он поймет, что его профессия ему не подходит. Компании останется только признать, что все средства потрачены впустую.

Чтобы избежать подобных сюрпризов, необходимо обратить внимание на новые механизмы сотрудничества со студентами и молодыми специалистами и проводить тщательный отбор.

С перспективными выпускниками можно знакомиться на различных ярмарках вакансий, днях молодого специалиста, – те, кто ищет работу и думает о своей карьере, посещают подобные мероприятия. Многие крупные компании сотрудничают с профильными вузами, берут на практику студентов (часть из которых потом остается работать). Если компания практикует подбор двух–трех студентов с одного факультета, это рождает среди них здоровую конкуренцию. Представители бизнеса нередко проводят семинары в профильных вузах, ведут факультативы, предлагают участвовать в проектах. Например, в компании «Филип Моррис» практиканты по запросу

компании определяют слабые, на их взгляд, места в менеджменте компании и предлагают способы их усовершенствования. В таких случаях большую роль играют рекомендации и отзывы преподавателей.

Во время такой совместной проектной деятельности компания проводит тщательный отбор будущих кандидатов на вакансии компании. Первый этап отсева происходит уже на уровне анкет участников проекта. В пользу претендента может говорить его средний балл или, например, дополнительные навыки. Решающим фактором может стать знание иностранного языка (традиционно в почете английский, реже немецкий или французский). Также проверяют грамотность и эрудицию, наличие логики при выполнении творческих заданий. При встречах с молодыми специалистами можно расспросить об их участии в студенческих программах и международных обменах, во внутренних студенческих организациях, корпоративных изданиях, практиках. Все это поможет проявить их личностные и интеллектуальные возможности, продемонстрирует жизненную позицию, интерес к выбранной сфере, желание развиваться. Безусловно, они также получают более широкую информацию о компании, на работу в которой претендуют, проявляют заинтересованность, могут для себя более четко сформулировать ответы на вопрос, почему именно они нужны компании, а эта компания – им.

ПРАКТИЧЕСКИЙ ОПЫТ

КОМПАНИЯ «КЛИФФОРД ЧАНС»

Сотрудничество с ведущими вузами Москвы

Компания «Клиффорд Чанс» вносит существенный вклад в подготовку молодых специалистов-юристов путем налаживания социального партнерства компании и высших учебных образовательных учреждений. В течение нескольких лет компания активно сотрудничает с ведущими вузами страны, такими как МГИМО, МГУ им. М. В. Ломоносова и МГЮА.

Партнерство с МГИМО

С 2003 года по инициативе партнера компании Андрея Донцова сотрудники «Клиффорд Чанс» читают спецкурс «Практика совершения международных сделок» для студентов 4 курса и студентов 1 курса магистратуры факультета международного права МГИМО. На спецкурс записалось около 70 человек, и на него была 90–процентная явка. Цель спецкурса – дать студентам общее понимание коммерческих интересов сторон сделок слияния и поглощения, рассмотреть способы их регулирования и рассказать об основах юридического

оформления таких сделок. В рамках спецкурса студенты знакомились с типовыми документами, которые используются на практике при совершении сделок.

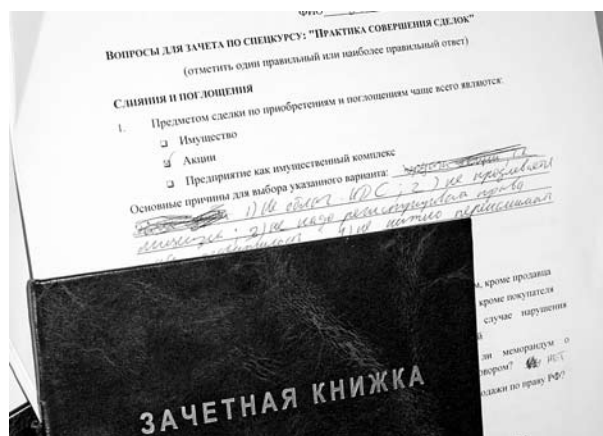
Партнерство с МГЮА

В 2006 года компания «Клиффорд Чанс» предложила МГЮА провести силами своих сотрудников спецкурс «Трансграничные слияния и поглощения» для студентов 4 и 5 курсов дневного отделения, а также студентов очно-заочной формы обучения (вечерний факультет) МГЮА. Спецкурс стал пользоваться популярностью среди студентов, и его посещали в среднем 60–70 человек.

В рамках спецкурса студенты получают общее представление об управлении юридическими рисками, овладевают общей методикой изучения проектов документов, учатся анализировать документы и давать на них комментарии. Лекторы делают упор на юридическое оформление сделок слияний и поглощений, создание совместных предприятий, анализ роли участников сделок, управление процессом совершения сделок, применение положений английского и российского законодательства. Лекции проводят Андрей Донцов и другие партнеры и старшие юристы «Клиффорд Чанс».

Партнерство с МГУ

С сентября 2008 года юристы компании «Клиффорд Чанс» начали читать спецкурс «Сделки по слияниям и поглощениям» в практике международных компаний» в Московском Государственном Университете



«То, что молодые специалисты не ограничивают себя обязательной программой и хотят узнать больше о бизнесе и практической реализации правовых норм, делает им честь. «Клиффорд Чанс» с радостью делится накопленными знаниями и опытом с восприимчивой аудиторией студентов»

Андрей Донцов,
партнер, «Клиффорд Чанс»

им. М.В. Ломоносова. Предметом данного спецкурса являются практические аспекты проведения сделок в области слияний и поглощений и создание совместных предприятий. Лекции рассчитаны на студентов старших курсов. В целом лекции посещают около 70 человек.

Среди лекторов – Андрей Донцов (партнер), Виктория Борткевича (партнер), Юрий Качуро (партнер), Тамер Амара (партнер), Артур Илиев (партнер), другие партнеры и старшие юристы «Клиффорд Чанс».

Планы на будущее

«Клиффорд Чанс» высоко оценивает возможность партнерства с ведущими вузами страны. Взаимодействие и сотрудничество крупных компаний и учебных заведений имеют большой потенциал и приносят безусловную пользу обеим сторонам. Подобные мероприятия позволяют компаниям обрести лучшие кадры, а студентам и выпускникам выбрать для себя лучшего

работодателя. Кроме того, гармоничное сочетание теории и практики, которое возможно в рамках проведения спецкурсов, позволяет слушателям лучше ориентироваться в коммерческой составляющей работы юриста, быть более подготовленными в современных условиях рынка юридических услуг и успешно пройти собеседование при приеме на работу.

В планы компании входит расширение сотрудничества с вузами по различным направлениям – в том числе выпуск брошюр для студентов, участие в проведении Дней карьеры. Юристы компании уже выпустили брошюры «Международная практика структурирования слияний и поглощений» и «Совместные предприятия: краткий обзор мировой и российской практики». Компания планирует принять участие в Днях карьеры ведущих юридических вузов и факультетов Москвы.

Подробная информация:
<http://www.cliffordchance.com>



Андрей Донцов, партнер, «Клиффорд Чанс»

ОАО «ПИВОВАРЕННАЯ КОМПАНИЯ «БАЛТИКА»

Привлечение молодых специалистов и работа со студентами

Ни одно предприятие не существует в вакууме, при этом постоянное взаимодействие с внешней средой может иметь различный характер и масштаб. Так, есть обязательный минимум требований, предъявляемых государством каждому предприятию. Например, компания, осуществляющая свою деятельность в рамках закона, является налогоплательщиком. Это первый и основной путь реализации социальной ответственности компаний.

В то же время есть компании, которые не ограничиваются обязательным минимумом и разрабатывают собственную политику социальной ответственности, например, программы социального партнерства, программы инвестирования в социальную сферу. Вкладывая свои ресурсы в развитие общества на территории своего присутствия, они создают благоприятную среду и для собственной деятельности, так же, как жители дома улучшают собственные условия, благоустроявая свой двор.



Марчо Куюмджиев,
ОАО «Пивоваренная компания «Балтика»

И здесь обнаруживается интересная взаимосвязь. Предприятию необходимо постоянно развиваться, а чтобы создавать новые рабочие места в своей и смежных отраслях, оно должно производить конкурентоспособный товар и правильно позиционировать его на рынке. Все это требует работы хорошо организованного коллектива сотрудников, способных, а главное – желающих развивать компанию.

Известно, что в Санкт-Петербурге, как и по всей стране, не хватает квалифицированных сотрудников. Если раньше диплом гарантировал трудоустройство, то сейчас, имея прекрасное образование, вчерашние студенты не могут найти ту работу, к которой готовились годами. Причина в том, что зачастую знания не соответствуют практическим реалиям. Среди образовательных недостатков на первом месте стоит излишняя академичность и оторванность от практики, которая слишком дорого обходится предприятиям, вынужденным заниматься переобучением перспективных сотрудников. В результате частный бизнес еще на этапе подготовки в вузах стремится вкладывать деньги в свои кадровые резервы, намереваясь получить качественных и востребованных специалистов. Для этого компании вступают в договорные отношения с вузами, используя новые механизмы социального партнерства.

Подготовка молодых специалистов

Компания «Балтика», как и многие российские работодатели, столкнулась с тем, что рынок труда не всегда может предоставить кандидатов с необходимым уровнем компетенций. По этой



причине на сегодняшний момент в «Балтике» действуют две схемы подготовки молодых специалистов — «Программа практик» и «Программа стажировок» под корпоративным названием «Стажер». Осенью 2008 года запущена программа длительных стажировок «Звезды Балтики» с возможностью дальнейшего трудоустройства в компании. Ежегодно для прохождения практики компания принимает большое количество студентов различных вузов в такие подразделения, как маркетинг, логистика, финансы. Стажер, хорошо зарекомендовавший себя в рамках этих двух программ, может остаться работать в компании. Приглашая студентов, «Балтика» формирует кадровый резерв из самых лучших и перспективных молодых специалистов, которых развивает в необходимом для предприятия направлении. Так, за 2007–2008 гг. 170 студентов и выпускников вузов прошли практику и стажировку в компании.

Кроме этого, «Балтика» проводит экскурсии для старшеклассников и студентов, которые посещают заводы компании по всей стране и знакомятся с работой современного российского предприятия. Топ-менеджеры компании «Балтика» проводят выездные мастер-классы для студентов петербургских профильных вузов. Презентации прошли в рамках совместного проекта «Балтики» и газеты «Ведомости» (издается совместно с The Wall Street Journal и Financial Times), стартовавшего весной 2007 г.

Формат мастер-классов представлял собой гостевые лекции топ-менеджеров компании с презентацией мероприятий в аспекте деятельности спикера. Завершали выступления

представители дирекции по персоналу «Балтики» с анонсом программы развития молодых специалистов, реализуемой компанией.

Так, Екатерина Азимица, вице-президент по финансам и экономике, познакомила студентов экономического факультета СПбГУ с темой «Управление эффективностью – основа развития современного бизнеса». Алексей Скатын, директор по логистике, представил учащимся кафедры коммерции и логистики ФИНЭК «Некоторые аспекты совершенствования логистики в российских компаниях». Марчо Куюмджиев, вице-президент по маркетингу, выступил перед студентами Высшей школы менеджмента СПбГУ с презентацией «Brand portfolio management and innovations» (презентация «Управление портфелем брендов и инновации» велась на английском языке).

На всех выступлениях был аншлаг. Кроме того, участники задавали спикерам большое количество вопросов по проблемам бизнеса. Авторы самых интересных вопросов получили возможность посетить с экскурсией завод «Балтика-Санкт-Петербург».

Основные результаты партнерства:

- студенты продемонстрировали активную позицию и внимание к проблемам бизнеса;
- для студентов профильных вузов была организована подписка на полгода на газету «Ведомости»;
- через опыт крупнейшей компании показана возможность совмещения теоретических представлений с практикой;

«Мы понимаем, что ситуация с нехваткой качественных специалистов не изменится до тех пор, пока образовательные учреждения и бизнес не станут партнерами. Именно поэтому мы регулярно проводим гостевые лекции наших топ-менеджеров в ведущих вузах, знакомим студентов с опытом ведущей FMCG компании в Восточной Европе»

Надежда Сироткина,
директор по персоналу ОАО «Пивоваренная компания «Балтика»



Алексей Скатын,
ОАО «Пивоваренная компания «Балтика»

- ведущие топ-менеджеры российской компании передали студентам вузов уникальный опыт в области управления;
- некоторые участники мастер-классов получили работу в компании «Балтика».

В компании считают, что нужно уже сегодня готовить активных людей, которые могут через несколько лет стать успешными и эффективными сотрудниками, обеспечивая и себе, и компании конкурентное преимущество. Поэтому по итогам проекта принято решение о его продолжении. В программе гостевых лекций в 2007 г. участвовало 3 вуза, а в 2008 г. – 5 вузов Санкт-Петербурга. Руководство «Балтики» уверено, что возвращение специалистов «под себя» дает определенные силы компании и конкурентные преимущества на рынке, а также помогает молодым специалистам адаптироваться в условиях рынка.



Екатерина Азими́на,
ОАО «Пивоваренная компания «Балтика»

Также перспективным направлением социального партнерства работодатели из «Балтики» считают совместное участие бизнеса и Министерства образования РФ в формировании образовательных стандартов, что позволит вузам выпускать специалистов, соответствующих требованиям рынка.

Подробная информация: <http://corporate.baltika.ru/>

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ ЛИДЕРОВ БИЗНЕСА (IBLF), «КОРОЛЕВСКИЙ БАНК ШОТЛАНДИИ» ЗАО (RBS), БРИТАНСКОЕ НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ АГЕНТСТВО РАЗВИТИЯ OXFAM И YOUTH BUSINESS INTERNATIONAL (YBI)

«Молодежный бизнес России», программа поддержки и развития молодежного предпринимательства, Калуга

Согласно статистике, примерно 300 млн. молодых людей в возрасте от 18 до 30 лет во всем мире либо не имеют постоянного места работы, либо являются безработными. Около 20% из них обладают отличными способностями для начала собственного бизнеса и, в силу различных причин, только 5% решается на это ⁴.

Для решения проблемы занятости молодежи Международным форумом лидеров бизнеса (IBLF) совместно с Фондом принца Уэльского (Prince's Trust) была разработана Международная программа поддержки молодежного бизнеса, развитием которой занимается Youth Business International (YBI). YBI объединяет в международную сеть программы, реализуемые в 39 странах мира.

В России программа поддержки и развития молодых предпринимателей **«Молодежный бизнес России»** (МБР) была разработана и реализуется при содействии YBI в сотрудничестве с российским филиалом IBLF, Королевским банком Шотландии (RBS) и британским негосударственным агентством развития Oxfam. В настоящее время при поддержке ЗАО НДКО «Женская Микрофинансовая Сеть» программа МБР реализуется в г. Калуге, первом пилотном регионе на территории РФ.

Программа «Молодежный бизнес России» направлена на содействие развитию молодежного предпринимательства, поиск альтернативных методов создания рабочих мест (создание собственного бизнеса) и способствует вовлечению молодежи в социально-экономические процессы региона. Для решения поставленных задач программа создает условия для получения молодыми людьми доступных финансовых

средств – кредитов (займов) на открытие собственного дела. В дополнение к финансовой поддержке молодым людям предлагается помощь индивидуальных наставников, консультирование при составлении бизнес-планов и обучение различным вопросам ведения бизнеса, что может позволить молодым бизнесменам быстрее встать на ноги и избежать типичных ошибок на старте бизнеса.

Условия предоставления кредита

- Кредит может получить любой молодой человек в возрасте от 18 до 35 лет;
- Кредит выдается на старт бизнеса (что на сегодняшний день не делает ни один банк);
- Сумма предоставляемого кредита – до 150 000 рублей;
- Процентная ставка составляет 12% годовых;
- Срок предоставления кредита – от 1 до 3 лет с возможной отсрочкой выплаты тела кредита до 3 месяцев;
- Принципиально важно, что для получения кредита не требуется предоставления залога и поручительства;
- Основанием для выдачи кредита является написанный бизнес-план, который предварительно рассматривается и одобряется членами экспертного комитета;
- Для получения кредита необходимо зарегистрироваться в качестве индивидуального предпринимателя и открыть счет в банке, куда будут перечислены выделенные средства;
- Срок оформления кредита – 1–2 дня;
- Кредит гасится ежемесячно уменьшающимися платежами. Допускается полный и/или частичный досрочный возврат кредита;

- Плата за рассмотрение заявки на предоставление кредита не производится;
- Плата за предоставление кредита не производится;
- Плата за проведение операций по ссудному счету не производится;
- Плата за досрочное погашение не производится.

Основные результаты

1. Разработаны и утверждены все методические документы и процедуры:
 - основные принципы кредитования;
 - алгоритм всех действий по работе с клиентом – начинающим предпринимателем;
 - анкета кандидата;
 - описательный бизнес-план;
 - инструкция по заполнению бизнес-плана;
 - положение об экспертном комитете;
 - протокол собрания экспертного комитета;
 - схемы работы с менторами;
 - соглашения сторон;
 - презентационные и раздаточные материалы.
2. Первые результаты в пилотном регионе (г. Калуга):
 - Рассмотрены и одобрены восемь бизнес-проектов;
 - Предоставлено кредитов на сумму 1 200 000 рублей;
 - Молодыми предпринимателями, участвующими в программе, создано 31 новое рабочее место.

Планы на будущее

В 2009 году планируется открытие программы в Воронежской области, где будет поддержано

создание партнерства с участием Государственного фонда поддержки малого предпринимательства Воронежской области, региональных органов исполнительной власти и управления, учебных заведений, молодежных организаций и предпринимательских объединений.

Уроки и выводы

Опыт реализации программы в Калуге подтверждает важность создания партнерства на региональном уровне, а также необходимость активной и заинтересованной позиции региона в поддержке молодежных программ.

Подробная информация: www.iblf.ru



Артем ГАВРИЛЕНКО, 26 лет.
Агентство недвижимости «Дома»

До того, как решил открыть собственное агентство, несколько лет работал в газете «Из рук в руки» руководителем отдела продаж. Курировал вопросы, связанные с развитием рубрики «Недвижимость», занимался организацией взаимодействия с агентствами, работал риэлтером в агентстве.

«Спасибо программе «Молодежный бизнес России» за то, что дала мне возможность начать новую жизнь»



Анастасия ШВИДКАЯ, 24 года.
Магазин детской обуви «Торопыжка»

За время работы продавцом в обувном магазине подробно изучила тонкости данного вида деятельности. К тому же сама является молодой мамой, поэтому проблему выбора качественной детской обуви знает не понаслышке.

«Я очень рада, что участвую в программе «Молодежный бизнес России». Эта программа помогла мне добиться задуманной цели, и я очень благодарна всем тем людям, которые ее создали»



Илья РУДАКОВ, 28 лет.
Рекламное агентство «R-мастер»

Работал в нескольких крупных рекламных агентствах в сфере наружной рекламы, начиная от простого работника и заканчивая начальником производства. Имеет опыт работы менеджером по поиску заказов, опыт в проектировании объектов любой сложности и монтажа по готовым проектам, владеет информацией о расходных материалах и технологиях.

«Я считаю, что мне очень повезло, что я узнал о программе «Молодежный бизнес России» и стал ее участником. Поддержка оказалась настолько своевременной, что это позволило мне благоприятно войти на существующий региональный рынок рекламных услуг»

РАЗВИТИЕ ЛИЧНЫХ НАВЫКОВ

Развивать личные навыки в современном изменчивом мире необходимо не только специалистам, но и молодым людям, которые только начинают свой трудовой путь. Эта проблема была, есть и будет самой актуальной во все времена и во всех аспектах любой деятельности. В зависимости от того, какие общественные силы инициируют те или иные программы, навыки людей могут самым существенным образом отличаться друг от друга. Различия идут как по содержанию, так и по форме, а главное, программы отличаются друг от друга пониманием того, что представляют собой, собственно, личные навыки молодежи, которые можно считать необходимыми и актуальными и которые, соответственно, нужно развивать для конкретного вида деятельности.

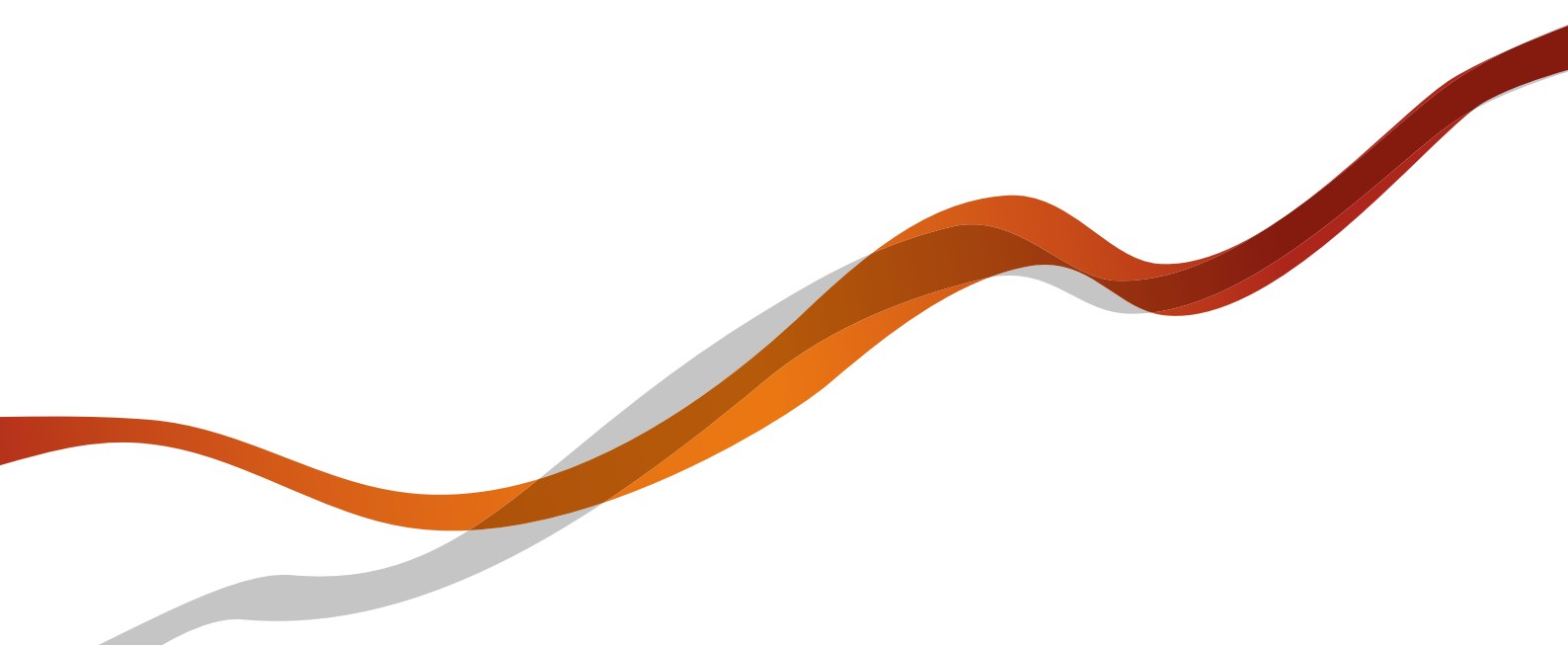
Программы развития личных навыков для молодежи, как разовые, так и долговременные, проводятся на всех уровнях: на государственном, на уровне молодежных объединений, НКО, религиозных организаций, в тренинговых компаниях, реже непосредственно в бизнес-организациях. Они нацелены на выполнение следующих задач:

1. социализацию (общую или в какой-то специфической области);
2. развитие «полезности» молодежи (т.е. развитие у молодых людей каких-то качеств или навыков, которые видятся организаторам программы полезными и/или нужными для самой программы или «для жизни молодежи вообще»);
3. развитие креативности молодых людей как общего принципа их отношения к миру и поведения, безотносительно к конкретной сфере применения этих качеств и умений.

Основные модели организации практической работы с молодежью, нацеленной на развитие ее личных навыков, можно разделить на несколько видов.

Тренинги. Самая распространенная форма работы с молодежью, позволяющая достаточно эффективно и в краткие сроки воздействовать на формирование личных навыков аудитории. Практического опыта по проведению тренингов накоплено достаточно много. В качестве примера можно привести Фонд «Новые Перспективы», который проводит проект «Молодежь. Возможности. Достижения» при поддержке корпоративного фонда компании «Ригли» и Международного молодежного фонда. Программа направлена на обучение детей и молодежи группы риска жизненным навыкам, необходимым для получения работы и дальнейшего устройства в жизни.

Летние (зимние и т.д.) школы, лагеря или выездные тренинги, рассчитанные на несколько дней. Форма «погружения» позволяет сосредоточить усилия и внимание участников на происходящем, изменить социальный контекст, в котором находятся участники в своей повседневной жизни. Перемена окружения и концентрация внимания позволяет стимулировать пробуждение активного мышления и креативности. Участники с большим воодушевлением выполняют поставленные задачи, в которые входят программы личностного, профессионального и/или творческого роста участников. Именно в работе с молодежью данная форма организации мероприятий является одной из самых популярных, несмотря на то, что она является относительно недешевой. Подобные



школы проводятся в рамках самых различных социальных проектов, – и чаще всего имеют прекрасную результативность и хороший отклик среди своих молодых участников. Например, Рязанская школа прав человека при участии и поддержке Рязанской ассоциации творческого воспитания, Центра развития демократии и прав человека (Москва), Фонда Генри М. Джексона (США), Российского ресурсного центра «Международной Амнистии», Национального парка «Мещерский» провела в 2008 г. Передвижной молодежный образовательный лагерь «Гражданин мира – 2008». Это был «лагерь-поиск, лагерь-моделирование»; его цель состояла в том, чтобы привлечь внимание молодежи к правам и основным свободам человека, подготовить молодых педагогов для работы в молодежных лагерях, на сборах и выездных семинарах-тренингах по правам человека, подготовить волонтеров, молодых сотрудников и активистов для организаций, занимающихся защитой прав человека. Межрегиональное молодежное общественное движение «Ассоциация АВАРД» (г. Петрозаводск) также проводило в 2008 г. «Школу личного роста» для молодежи.

Конкурсы для подростков и молодых людей нацелены на повышение социального престижа развития личностных качеств подростков и молодежи. Конкурсы могут быть заочными и очными, включать оценку работ и материалов, подготовленных участниками заранее, или проходить в виде соревнования участников в непосредственном действии. Часто заочный этап представляет собой механизм отбора участников для очной части конкурса. Так, в 2008 г. Организация российских юных

разведчиков (ОРЮР) и Фонд «Русский Скаут» проводили Всероссийский конкурс по жизненным навыкам и компетенциям молодежи «Будь готов!» для аудитории в возрасте от 11 до 24 лет. Конкурс проводился в два этапа, первый был заочным, второй очным («Георгиевская игра»). Это мероприятие являлось добровольным индивидуальным соревнованием детей и молодежи в области компетенций и навыков, необходимых для успешной деятельности в разных сферах. Другой пример – Всероссийский конкурс лидеров и руководителей молодежных и детских общественных объединений «Лидер XXI века», который с 2003 г. ежегодно проводится Министерством образования и науки РФ. Финалистами становятся победители региональных конкурсов по различным возрастным группам отдельно среди руководителей и среди активистов (лидеров) молодежных и детских объединений. Финал предусматривает заочный этап (написание методической статьи о молодежном или детском движении, эссе «Когда я думаю о современной России...» и подготовку видео- или слайд-фильма о себе и своей организации) и очный этап, который до 2007 г. проходил в резиденции Президента РФ «Дворец Конгрессов» в Стрельне под Санкт-Петербургом, а в 2008 г. прошел в Казани. На очном этапе участников ждет: конкурс публичной самопрезентации, участие в групповой дискуссии, разработка и защита социальных проектов и участие в деловой игре. Победители получают денежные премии и ценные подарки.

Форумы и конференции представляют собой очень популярную форму развития личных навыков. Они проводятся либо для тех, кто работает



с молодежью, либо для самой молодежи. В первом случае они имеют формат профессиональных мероприятий для психологов, педагогов, социальных работников, сотрудников НКО и т.д. Во втором – это мероприятия, результатом проведения которых должно стать повышение квалификации молодых людей в области развития собственных личных навыков и/или их содействия в этом своим сверстникам. В любом варианте форумы и конференции носят методический и методологический характер, а также выполняют информативную роль и функцию обмена опытом между различными организациями, работающими с молодежью. Например, с 2007 г. в Санкт-Петербурге ежегодно проходит Молодежный форум «Молодежь и общество – навстречу друг другу». Организаторы форума: Министерство образования и науки РФ, Правительство Санкт-Петербурга и ОАО «Ленэкспо». Мероприятие прошло при поддержке Представительства Президента РФ в Северо-Западном федеральном округе, Санкт-Петербургского Государственного Университета, СЗО РАО, Союза журналистов Санкт-Петербурга, Совета ректоров вузов Санкт-Петербурга, Молодежного Совета Санкт-Петербурга. Форум включает в себя конференцию и круглые столы, а также выставки по тематическим направлениям (спорт и здоровье, карьера, отдых и развлечения, социальная поддержка и др.)

Внеклассная работа с детьми и подростками в школах и студенческой молодежью в вузах и ссузах реализуется через клубы, кружки, студии, секции, комитеты, социальное моделирование различных областей деятельности и т.д. Эта модель развития личных навыков – традиционная и разнообразная. В целом она обеспечивает

практическое обучение и тренировку детей и молодежи в различных видах деятельности, – что, в свою очередь, ведет также и к хорошей динамике личного роста участников. Из новейших вариантов данной модели можно привести в качестве примера организацию в школах Молодежных компаний. В частности, группа компаний «Российские инновации» предложила недавно школам идею и инструменты для организации Молодежной дизайн-компании. Целью такой компании является «всесторонняя модернизация учебно-воспитательных процессов, в том числе: эффективное изучение предмета экономики и применение его на практике, обучение первоначальным навыкам бизнеса, сотрудничества, деловой активности, коммуникабельности».

В целом большинство мероприятий, посвященных личному росту молодежи, нацелены на повышение личного жизненного опыта детей, подростков и молодых людей. Эти события построены по принципу погружения молодежи в ситуации – смоделированные или реальные, – которые помогают молодым людям в краткие сроки получить такой опыт, на приобретение которого вне тренинговых ситуаций им понадобилось бы гораздо больше времени и сил.

ВЗГЛЯД СПЕЦИАЛИСТА

НЕРАВНОДУШНЫЕ СОТРУДНИКИ – ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО БИЗНЕСА

Людмила Болховитина, «Импакт Интернешенл», Москва

В кризисные времена растет потребность в программах, которые позволяют вовлечь персонал в процессы взаимодействия бизнеса и некоммерческих организаций, – с мощным эффектом развития для обеих сторон.

Сегодня, в условиях перекраивания мирового финансового порядка, руководителей более чем когда-либо волнует вопрос сохранения устойчивости бизнеса. Вовлечение талантливых менеджеров в решение задач, поддержание лояльности клиентов и сохранение рынка компании в условиях растущей конкуренции являются жизненно важными темами как в России, так и во всем мире. При этом от финансового кризиса страдает не только бизнес. От финансового урагана могут пострадать и некоммерческие организации. Потребители урезают расходы, размер пожертвований уменьшается, в то время как потребность в услугах благотворительных организаций растет.



Обучение менеджеров основам корпоративного волонтерства, Санкт-Петербург, июнь 2008 г.

Изменившаяся ситуация ясно показала, что без ответственности бизнеса не бывает его устойчивости. Будучи экспертами в деле построения устойчивых предприятий и развития лидерства, Impact International применяет по-настоящему новые методы в поддержке организаций, проходящих через процесс изменений. Сейчас, когда компании все больше внимания уделяют развитию своих сотрудников, а благотворительные организации нуждаются в еще большей поддержке, уникальные программы Impact под названием Community Action Learning (обучение через общественную работу в местном сообществе) призваны обеспечить взаимную выгоду и развитие навыков как для сотрудников компаний, так и для нуждающихся в поддержке сообществ.

Программы Community Action Learning сочетают в себе тщательно подготовленные реальные проекты помощи благотворительным организациям и экспертную фасилитацию. Это позволяет участникам увидеть яркие и ясные параллели между проектом и их деятельностью в компании, дает мощный стимул к развитию новых навыков и знаний, и в то же время обеспечивает реальную поддержку некоммерческой организации-партнеру.

Каждый проект неповторим и разработан так, чтобы идеально совместить потребности обеих сторон – бизнеса и партнерского сообщества НКО. Например, в июне 2008 г. в Санкт-Петербурге была проведена программа обучения по корпоративному волонтерству 15 менеджеров крупных российских компаний. В ходе обучения они работали с некоммерческими организациями «Ночлежка» и «Лига жизненной помощи». Специалисты компаний консультировали коллег

«Устойчивое предприятие – это компания, создающая и развивающая новые бизнес-стратегии, которые ускоряют позитивные изменения в обществе и защищают и сохраняют целостность окружающей среды в процессе достижения новых бизнес-целей»

Дейв Уильямс,

основатель и генеральный директор Impact

из некоммерческого сектора по вопросам новой стратегии пиар «Ночлежки», направленной на лиц, не имеющих регистрации, и маркетинга сувенирной продукции, изготавливаемой детьми-инвалидами «Лиги». Формы проектов многообразны – от практических и креативных заданий до коучинговых сессий и консалтинговых проектов, и обеспечивают благодатную почву для обучения. Так, в реальной программе Impact удалось соединить интересы Sony Europe и международной благотворительной организации Sight Savers International. Фонд собирает средства на лечение катаракты хирургическим путем и помогает вернуть зрение людям в развивающихся странах. Перед европейской командой топ-маркетологов Sony была поставлена задача применить свои знания и навыки в разработке глобальной маркетинговой стратегии для Sight Savers. В результате программы команда менеджеров Sony получила неоценимые навыки разрешения проблем, а благотворительная организация при поддержке партнеров внедрила мощный полугодовой маркетинговый план.

Другие примеры включают, например, развитие навыков коучинга и наставничества в процессе совместной работы сотрудников компаний и нуждающихся в помощи людей. Так поступает компания Borealis, глобальный производитель пластиковых материалов. В течение четырех лет менеджеры компании развивают навыки коучинга и наставничества в процессе работы с подростками, которым грозит исключение из школы. В условиях культурных и языковых различий участники программы учатся в течение одного дня устанавливать отношения доверия с этими молодыми людьми. Результатом программ

является созданный обеими сторонами живой план по возобновлению подростком обучения или началу самостоятельной трудовой деятельности. Такие непростые задания являются для сотрудников Borealis логическим завершением программ развития лидерских навыков.

Программы Community Action Learning обеспечивают быстрое развитие и длительный эффект благодаря своей динамичной и живой форме. Программы позволяют привлекать, сохранять и мотивировать сотрудников, обеспечивают устойчивость всему бизнесу, помогают вдохнуть жизнь в ценности и стратегию компании, упрочить репутацию и целостность бренда.

Для некоммерческих организаций совместная работа над креативными и полными смысла проектами также имеет свои плюсы. Они получают не только готовые к применению рецепты (в чем так успешен бизнес), но и новые бесценные навыки и решения от увлеченных экспертов, а также дальнейшую поддержку своей работе в деловых сообществах. Выстоять перед общемировым кризисом смогут такие компании, которые поддерживают и увеличивают ценность основных активов – своего продукта, людей и доверия к бренду во все времена.

Подробная информация: <http://www.impact-dtg.com>

ПРАКТИЧЕСКИЙ ОПЫТ

НЕЗАВИСИМЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР «ЕСТЬ МНЕНИЕ», ЧЕЛЯБИНСК

Программа поддержки молодежных инициатив



Подготовка к конкурсу

На Южном Урале стартовала Программа поддержки молодежных инициатив. Ее первым мероприятием стала Ярмарка молодежных проектов, 25–26 сентября 2008 г. в Челябинске.

Организаторы – Челябинская городская общественная организация «Независимый исследовательский центр «Есть мнение» при поддержке Главного Управления молодежной политики Челябинской области, управления по делам молодежи Администрации города Челябинска и Совета по международным исследованиям и обменов (АЙРЕКС).

Программа поддержки молодежных инициатив основана на теории позитивного развития молодежи. Молодые люди выступают как полноправные партнеры взрослых в решении общественных задач. Ребята (14–20 лет) принимают непосредственное участие в планировании и осуществлении программ, которые способствуют развитию не только тех людей, на которых они направлены, но и профессиональному

и личностному росту самих занятых в проекте школьников и студентов.

Программа (2008–2010 гг.) осуществляется в 7 субъектах РФ: Карелии, Ставропольском крае, Волгоградской, Иркутской, Тамбовской, Тюменской и Челябинской областях – и включает 4 этапа. По итогам первого – Всероссийского конкурса инноваторов – были отобраны проекты, имеющие успешный опыт реализации. Авторы представляют их на региональных Ярмарках молодежных проектов – втором этапе Программы. Участники Ярмарки из принимающего региона получают возможность выбрать наиболее интересную для себя идею, адаптировать к своим условиям и принять участие в Конкурсе молодежных проектов (третий этап). Победители Конкурса получают финансирование и в течение 2009–2010 гг. воплощают в жизнь свои идеи (четвертый этап).

Участие в Ярмарке молодежных проектов осуществляется на конкурсной основе. В Челябинской области прошли отбор 18 инициативных групп молодых людей (14–20 лет) из Магнитогорска, Озерска, Троицка и Челябинска. Тематика программ обширна: популяризация здорового образа жизни, обучение навыкам и знаниям для профессионального и личностного роста, формирование конструктивной гражданской позиции и др. Во время Ярмарки состоятся тренинги и деловые игры, которые помогут участникам подготовить заявку на Конкурс и успешно осуществить запланированные мероприятия.

Подробная информация: <http://www.mnenie.org>

РЕГИОНАЛЬНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ «КАРЕЛЬСКОЕ ЗЕМЛЯЧЕСТВО»

«Робинзонада»

В 2007 г. Корпоративный университет «Норильский никель» поддержал инициативу Региональной общественной организации «Карельское землячество» в Москве и Администрации Главы Республики Карелия при поддержке Департамента семейной и молодежной политики г. Москвы по организации и проведению «Робинзонады-2007» на островах Онежского озера.

Цели и задачи акции:

- развитие технологий командообразования;
- патриотическое и экологическое воспитание молодежи;
- привитие навыков выживания в экстремальных условиях;
- развитие экстремального туризма;
- содействие развитию здорового образа жизни;
- познание истории, культуры России, в том числе морской;
- продвижение инновационных технологий и средств защиты и поддержание жизнеспособности людей в экстремальных условиях;
- создание условий для дружбы и сотрудничества молодежи разных стран;
- развитие «робинзонад» как формы самореализации молодежи в регионах Российской Федерации.

Данная акция является продолжением серии «Робинзонад», проведенных в 1991–1996 гг. Госкомитетом Республики Карелия по делам семьи, молодежи и детства на Онежском и Ладозском озерах, Выг-озере и Водлозерском национальном парке. В их проведении принимали участие молодежные организации и детские клубы Карелии, парашютисты, скауты.

Школу самопознания в сложных условиях великолепной и суровой природы Карелии прошли тысячи юношей и девушек в возрасте от 14 до 30 лет. Участники Акции прошлых лет использовали полученный импульс. В «Робинзонаде» участвовали представители с Кольского полуострова и из Норильского промышленного района.

Подробная информация: www.robinzonada.com

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОГРАММА ПО КОРПОРАТИВНОМУ ВОЛОНТЕРСТВУ «ВМЕСТЕ» (ENGAGE)

Ключевые города

В 2002 г. Международный форум лидеров бизнеса (IBLF) и британское объединение предпринимателей «Бизнес и общество» (Business in the Community) инициировали международное движение за активное участие сотрудников компаний в жизни местного сообщества. Эта кампания получила название «Вместе» (англ. ENGAGE) и объединяет в настоящее время 17 международных компаний. Участники назначают Секретариат для разработки коллективных волонтерских проектов в ключевых городах с участием местных некоммерческих организаций. Проекты формируются с учетом местных потребностей и социальных проблем, что обеспечивает гибкость подхода и широкий круг партнеров. Формы работы включают наставничество для социально-незащищенной молодежи, обучение навыкам работы с компьютером и информационную и профессиональную поддержку местных некоммерческих организаций.

Секретариат обеспечивает международный «бренд» и оказывает методическую поддержку местному партнеру для организации и осуществления коллективной программы корпоративного волонтерства по отдельной теме. Местный партнер находит финансирование от компаний или местных филиалов международных компаний, осуществляет регулярное взаимодействие с компаниями, разработку, реализацию и оценку проекта.

Роль компании

Роль компании, тип и формы участия варьируются в зависимости от местной специфики, но в целом суть подхода состоит в вовлечении компаний

в коллективную инициативу. Например, в Париже местная некоммерческая организация IMS Entreprendre pour la Cite разработала проект с компаниями DLA Piper, SFR, NOKIA, Dassault Systemes и IBM, направленный на школьников 13–14 лет из малообеспеченных семей. Задача заключалась в том, чтобы дать им понятие о том, что представляет собой работа в компании и какие возможности трудоустройства существуют.

При поддержке Министерства по образованию Франции группа компаний, участвующих в проекте, разработала учебную программу для 120 школьников из социально незащищенных семей, которая включала посещение предприятий, семинары, учебные материалы и индивидуальную работу. Она была построена вокруг жизненного цикла мобильного телефона, причем каждая компания отвечала за свою профильную часть программы. В первый год в программе участвовало 60 сотрудников, и общий объем волонтерского времени составил 2111 часов.



Франкфурт. Занятия со студентами по повышению навыков трудоустройства



Братислава – волонтеры принимают участие в общественно полезных акциях

Во Франкфурте группа компаний Freshfields Bruckhaus Deringer, Linklaters, Citigroup Global Markets, Deutsche Börse и Fidelity разработала программу обучения студентов, направленную на повышение навыков трудоустройства, которая способствует развитию личных навыков, а также навыков написания резюме и прохождения собеседования при приеме на работу. Некоммерческая организация Gesellschaft für Jugendbeschäftigung координировала работу волонтеров, которые объясняли студентам, как искать работу, проводили семинары и тренинги для молодежи с использованием ролевых игр в интерактивном формате. Для студентов были организованы экскурсии на предприятия и встречи с сотрудниками разных отделов. В 2005 г. около 150 студентов и 150 волонтеров приняли участие в этом проекте.

Другие проекты могут носить характер ежегодных Дней волонтера. Например, в Словакии, в Братиславе и Кошице благотворительный фонд предлагал сотрудникам компаний на выбор

возможность участия в различных инициативах – от ремонта детских домов до обучения компьютерной грамотности сотрудников некоммерческих организаций. В Братиславе в 2008 г. свыше 750 человек из 39 компаний работали волонтерами в 50 различных проектах.

Результаты

В 2007–2008 гг. Программа корпоративного волонтерства «Вместе» была осуществлена в 8 ключевых городах мира (7 – в Европе и 1 – в Гонг-Конге). В ней приняли участие 1046 волонтеров из 79 компаний, которые помогли 55 организациям и посвятили работе в проектах 5584 часа. Непосредственную помощь получили 760 человек, не считая тех, кто получил косвенную выгоду от отремонтированных помещений, благоустроенных территорий, повышения профессионализма некоммерческих организаций.

Планы на будущее

В настоящее время обсуждаются возможности развития программы «Вместе» в Бухаресте, Москве, Мюнхене, Риме, Валенсии, Варшаве и Йоханнесбурге. В 2008 г. стартовали программы волонтерства в Дубае, Лиссабоне, Мадриде, Барселоне. Сейчас на повестке – Брюссель, Женева и Будапешт.

Основные выводы

- Сотрудничество компаний способствует оптимизации усилий, увеличению воздействия и обеспечению большей устойчивости результатов.



Санкт-Петербург. Молодежный лагерь по трудоустройству

«Мы посвятили много сил разработке нашей стратегии и завоеванию места на рынке в Европе – этому во многом способствовала программа «Вместе». Преимущества нашего участия в корпоративном волонтерстве неоценимы на всех этапах – от стратегического планирования до реализации»

Элен Радфорд,

директор по КСО, Европа и Азия, DLS Piper UK LLP

- Международные компании могут воздействовать на свои филиалы в других странах, но большая эффективность достигается от сотрудничества с местными отделениями компании
- Местная некоммерческая организация играет роль брокера в этом процессе, и ее деятельность особенно важна на первых этапах проекта
- Стратегические коллективные действия оказываются успешными, когда компании наладили внутренние процессы и проекты для волонтерства
- Местные проекты должны получать финансирование, необходимо проводить переговоры между головными и местными подразделениями
- Хотя вначале сотрудники разных компаний чувствуют себя неловко, но опыт показал, что совместное сотрудничество способствует их профессиональному и личному развитию
- Компании получают побочную выгоду от усиления межкорпоративных и личных связей.
- Международные компании всегда хотят знать, что происходит в их отделениях в других странах.

В помощь компаниям было разработано руководство по организации программ корпоративного волонтерства, которое можно найти сайте: www.engageyouremployees.org

ПАРТНЕРСТВО ПО ПОВЫШЕНИЮ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

Азбука финансов



По данным исследований, проведенных в 2008 г. Национальным агентством финансовых исследований (НАФИ), сегодня почти половина российских граждан не имеют доступа к финансовым услугам и не ведут учета личных финансов, лишь 11% россиян имеют стратегию накоплений на обеспечение старости. Однако, хотя у школьников лучше с финансовой арифметикой, чем у их родителей, они в два раза реже ведут учет личных денежных средств и более ориентированы на потребление, чем на сбережение. Важно отметить, что девочки реже проявляют интерес к финансовым вопросам: лишь 18% девочек по сравнению с 27% мальчиков хотели бы знать больше об управлении личными финансами, поэтому важно мотивировать будущих матерей на повышение своей финансовой грамотности, так как от этого во многом зависит благосостояние семей в России⁵.

Для решения проблемы повышения финансовой грамотности молодежи Международным

форумом лидеров бизнеса (IBLF) несколько лет назад была разработана программа повышения финансовой грамотности населения. В ее рамках было сформировано партнерство между бизнесом, государственными и общественными структурами для повышения уровня финансового образования молодежи и всех российских граждан. Сформировавшийся круг партнеров объединяет государственные структуры, некоммерческие организации и компании. Среди партнеров программы – Комитет по финансовому рынку Государственной Думы ФС РФ, Министерство финансов РФ, Агентство по страхованию вкладов, Ассоциация региональных банков «Россия» и другие бизнес-ассоциации, объединяющие участников финансово-банковского рынка, Всемирный банк, ЗАО КБ «Ситибанк», VISA Inc., «Клиффорд Чанс», Институт независимых финансовых советников, Финансовая академия и другие организации. Информационную поддержку программы осуществляет агентство «Финмаркет» (Группа «Интерфакс»).

Цель программы – расширить доступ молодежи и всего населения к финансовой информации, разработать систему практических знаний и навыков, способствовать развитию более эффективных моделей финансового поведения.

Основные мероприятия и действия:

- Создание и проведение регулярных обсуждений по повышению финансовой грамотности населения
- Веб-портал www.azbukafinansov.ru
- Проведение социологических исследований по финансовой грамотности
- Распространение передового опыта.

«Этот проект является одним из первых в серии совместных шагов государства, бизнеса и общества, призванных повысить финансовую грамотность населения и расширить доступ населения к рынку финансовых услуг. Он не только позволит российским гражданам более эффективно пользоваться предлагаемыми им финансовыми продуктами, оценить качество предоставляемых услуг, избежать участия в сомнительных операциях на финансовом рынке и улучшить свое благосостояние, но и будет способствовать стабильности и росту национальной экономической системы»

Анатолий Аксаков,
председатель Попечительского совета проекта, депутат Государственной Думы

Результаты

Первым практическим шагом по реализации этих целей стало создание образовательного веб-портала **«Азбука финансов»** (www.azbukafinansov.ru). С помощью «Азбуки финансов» человек любого возраста и достатка сумеет самостоятельно повысить свою финансовую грамотность как в области планирования семейного бюджета, так и в области сбережений и инвестирования. Специальные разделы сайта содержат материалы для представителей широкого круга профессий и разных слоев населения: учителей, школьников, пенсионеров, журналистов и других. На сайте можно воспользоваться бесплатными онлайн-консультациями независимых финансовых советников. Здесь также можно узнать, где получить знания в области финансов в российских городах и регионах. Размещенный на сайте практический курс финансовой грамотности предназначен преподавателям для организации обучения в школах и вузах, а также предлагает широкие возможности для самообразования учащимся и студентам.

Планы на будущее

В течение 2009 г. пройдут выездные образовательные семинары, круглые столы и конференции по финансовой грамотности и развитию молодежного предпринимательства. На второе полугодие запланирована конференция «Повышение финансовой грамотности молодежи», на которой будет представлен обзор лучшей практики в области финансового образования молодежи и других групп населения, состоится презентация пилотных региональных проектов и итогов исследования уровня финансовой грамотности молодежи.

Уроки и выводы

Первые итоги реализации программы доказывают, что проблема повышения финансовой грамотности молодежи не может быть решена исключительно силами государства, а должна быть результатом совместных усилий государства, бизнеса и общества.

Подробная информация: www.iblrf.ru



СОЦИАЛЬНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА ТЕРРИТОРИЙ И МОЛОДЕЖЬ

Развитие местного сообщества – это, пожалуй, самая непростая сфера работы с молодежью из всех, о которых идет речь в данной брошюре. Здесь имеется целый ряд специфических сложностей, и в целом эта деятельность носит, как правило, многопрофильный и многослойный характер. Так, само понятие местного сообщества во многом нуждается в прояснении и пояснении и, прежде всего, для тех людей, которые могли бы эти сообщества составить. С другой стороны, правильное понимание того, с каким местным сообществом имеет дело власть и бизнес, – залог успешного взаимодействия с ним при совместном осуществлении программ развития.

Определение понятия «местное сообщество» (англ. community) в российскую практику пришло с Запада и, соответственно, все комьюнити-определяющие факторы также пытаются быть перенесенными на российскую почву. В этой части российский опыт существенно отличается от западного подхода к определению местного сообщества.

«Западный» подход характеризуется территориальной основой для образования местного сообщества – населения муниципального образования, существующего в пределах определенных границ (микрорайон, деревня, город) и на этой основе обладающего некоторыми сходными характеристиками и общими интересами. Конституция РФ и Федеральный Закон № 131 «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» также предлагают определение местного сообщества как городских и сельских поселений, где население объединено совместными условиями проживания в пределах географически ограниченной

территории или административной единицы (деревня, село, кишлак, аул, квартал, махалля, улица, район, город).

Опыт проведения опросов, фокус-групп, анкетных и других методов исследований, проводимых рядом экспертных организаций, а также исследования данной темы, показали, что основные комьюнити-образующие факторы в России опираются на ряд процессов, вызванных политической, социально-экономической и традиционно-сложившейся ситуацией:

- 1) деятельность, нацеленная на продвижение самой идеи развития местных сообществ и возможных способов работы в этом направлении;
- 2) деятельность, направленная на создание соответствующих социальных структур;
- 3) деятельность, в задачи которой входит, собственно, непосредственное развитие местных сообществ.

В реальной практике все эти три направления работы часто пересекаются. Итак, основные модели работы здесь следующие:

Создание молодежных сетей. Эта модель позволяет достигать выполнения сразу всех трех стратегических задач данного направления. Например, летом 2004 г. в России стартовал пилотный проект «Создание местных связей: Российская молодежь онлайн» (Creating Local Connections). Проект реализован международной молодежной организацией TakingITGlobal (TIG), фондом «Созидание», Российским Центром Развития Добровольчества при участии и финансовой поддержке Microsoft.

По формулировке организаторов: «Цель проекта – создание всероссийской молодежной онлайн-сети www.takingITGlobal.ru в рамках международной онлайн-платформы TIG. Проект «Создание местных связей» содействовал российской молодежи в разработке и реализации молодежных проектов, в предоставлении ей инструментов, технологий и информации для воплощения этих проектов. В его рамках было создано онлайн-сообщество молодежных организаций России для совместных инициатив, а также для развития международного диалога и сотрудничества». В ходе данного проекта проводилось также множество более мелких, отдельных мероприятий: конкурсы сочинений и художественных работ, онлайн-консультации и онлайн-форумы по актуальным для молодежи вопросам, тренинги, семинары и т.д.

Развитие молодежной филантропии.

Это инновационная технология в области финансирования проектов, осуществляемая молодежью для молодежи через грантовые конкурсы. Такие проекты позволяют решать социальные проблемы, улучшать условия проживания, а также они способствуют повышению социальной ответственности молодежи.

Эта модель достаточно сложна в реализации, поскольку предполагает привлечение существенных средств не только на ее организационные затраты, но и на формирование фондов. Однако, существенный плюс состоит в том, что она позволяет молодым людям обучиться на практике не только технологиям работы местных сообществ, но и приобрести собственный опыт в деле создания и финансирования таких сообществ. Например, целевая благотворительная программа «Развитие

молодежной филантропии», которая реализуется Фондом местного сообщества «Калининград» совместно с Профсоюзной организацией студентов Калининградского государственного технического университета. Основным итогом работы этой программы стало создание в 2006 г. Молодежного банка КГТУ. Молодежный банк КГТУ объединяет наиболее активных и социально ответственных студентов, оказывает поддержку социальным инициативам в университете и способствует улучшению условий студенческой жизни силами самих студентов, участвует в городских и региональных социальных программах. Среди мероприятий фонда – конкурсы рисунков, конференции, конкурсы социальных проектов и т.д.

Новое развитие и/или частичное перепрофилирование ранее существовавших структур местных сообществ.

Иногда, в особенности в условиях небольших населенных пунктов, адаптация существующих структур может оказаться более эффективной, чем создание и продвижение новых и неизвестных форм. Например, Губкинская центральная районная библиотека в поселке Троицкий Губкинского района (около 6 500 жителей, из них четверть относится к возрастной категории молодежи). Для повышения роли библиотеки в местном сообществе в поселке был создан общественный совет «Друзья библиотеки», в который вошли авторитетные граждане поселка, захотевшие внести свой вклад в развитие культуры и местного сообщества в целях повышения его влияния на местную молодежь и вовлечения ее в различную полезную деятельность. Формы работы – участие в земском собрании, заседания Совета, социологические исследования молодежи поселка,

круглые столы, информационное обеспечение районных органов образования, здравоохранения, социальных учреждений, работающих с молодежью, создание в библиотеке сектора правовой информации, клуб для людей с ограниченными физическими возможностями (декады инвалидов, книгоношество, информационное обслуживание инвалидов на дому), различные целевые программы для молодежи («Край мой – гордость моя», «Книга, профориентация и рынок труда», «Милосердие», «Мир, время и ты» и т.д.). В работе программ участвуют социальные службы Губкинского района, комитет по делам молодежи территориальной администрации, центр занятости населения и т.д.

Краткосрочные молодежные социальные программы и проекты. Такая форма работы обладает большей мобильностью по сравнению с долгосрочной проектной деятельностью, что имеет свои достоинства и недостатки, которые, в свою очередь, определяют применение краткосрочных программ для решения определенного спектра проблем молодежи. Так, в Новосибирской области в 2008 г. реализовывался молодежный социальный проект под названием «Студенты Местным Сообществам». Проект победил на конкурсе социальных проектов, проведенном Администрацией Новосибирской области. Он нацелен на создание и налаживание эффективной связи между студенческой молодежью Новосибирска и местными сообществами Новосибирской области. В нем приняли участие молодые люди из различных проектных организаций Новосибирска, в том числе студенческих. Работа с местными сообществами строится вокруг культурных вопросов, социального проектирования, тренингов личностного развития,

консультирования по бизнес-проектам, развития информационных технологий и т.д. Формы работы включают в себя мастер-классы, индивидуальное консультирование и т.д. В качестве партнеров проекта выступают Управление по делам молодежи Новосибирской области, РОО «Партнер», Молодежный парламент НСО.

Итак, развитие местных сообществ – дело сложное и многопрофильное, но эти же обстоятельства стимулируют поиск новых форм социальных партнерств между государственными структурами, бизнесом и НКО, а также новых форм практической работы в рамках этих инициатив. В результате это направление деятельности в целом оказывается весьма инновационным, как в смысле направлений проводимой работы, так и ее форм, которые зачастую имеют уникальный характер, поскольку разрабатываются для конкретных уникальных ситуаций.

ВЗГЛЯД СПЕЦИАЛИСТА

ПРАКТИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МОЛОДЕЖНЫХ БАНКОВ

Борис Цирульников, Партнерство Фондов местных сообществ, Светлана Чапарина, Молодежный Банк Тольятти

Участники молодежных организаций – лидеры завтрашнего дня, и им нужны знания и навыки, которые позволят им в дальнейшем действовать эффективно. Обучить действию можно только на практике, при непосредственном участии молодежи. Молодежные Банки – «банки» идей и проектов – некоммерческие организации, средства которых распределяются на конкурсной основе молодыми менеджерами для некоммерческих проектов, реализуемых молодежью в местном сообществе.

Молодежные Банки (далее МБ):

- привлекают финансовые средства на конкурсы проектов, в том числе могут создавать целевой капитал (эндаумент);
- предоставляют гранты на реализацию молодежных проектов, отбираемых на конкурсной основе;
- вовлекают молодежь в организацию и реализацию благотворительных проектов.

Молодые люди получают опыт и возможности, которые редко доступны их сверстникам:

- управлять и принимать решения в отношении финансирования проектов;
- осуществлять изменения в городской среде и местном сообществе;
- воплощать свои идеи в реальность на благо сообществу;
- приобретать знания и навыки, которые нельзя получить ни в одном учебном заведении.

МБ строится на умении и опыте самих участников, помогая им раскрыться и реализовать свой лидерский потенциал. Участвуя в работе МБ, молодой человек получает:

- тренинги личностных и профессиональных качеств, приобретая опыт коммуникации, публичных презентаций, построения команды, лидерства, социального проектирования, планирования и управления временем;
- участие в городских, национальных и международных мероприятиях и встречах со своими сверстниками со всего мира;
- возможность сделать жизнь своих друзей, одноклассников, город еще лучше!

В России МБ успешно работают в городах Тольятти, Самаре, Калининграде, Тюмени, Улан-Удэ, Ульяновске, Чайковском, Ангарске, Первоуральске, Чапаевске, Шелехове и др. Подобные программы также активно развиваются в США, Канаде, Великобритании, Мексике, Новой Зеландии, Польше, Германии, Австралии, Бразилии, Словакии, Азербайджане и на Балканах.

Модели создания Молодежных Банков

Существуют следующие модели:

- На базе Фонда местного сообщества (ФМС).
- На базе университета, школы, некоммерческой организации, государственных и муниципальных структур.
- Регистрация в качестве некоммерческой организации (с образованием самостоятельного юридического лица).

Задачи Молодежного Банка

Одной из основных задач МБ является ясная формулировка целей его развития в конкретном регионе. Цели могут быть краткосрочными и долгосрочными.



Краткосрочные цели Молодежного Банка:

- активизация проектной активности в молодежной среде;
- привлечение ресурсов на молодежные проекты;
- вовлечение молодежи в процесс принятия решений и развитие местного сообщества;
- подготовка лидеров и воспитание молодежного экспертного сообщества.

Долгосрочная цель — воспитание культуры благотворительности и подготовка нового поколения благотворителей.

Основную деятельность МБ осуществляют молодые люди, примерно, в количестве от 7 до 30 человек в возрасте от 14 до 25 лет. При этом в целях эффективного консультационного сопровождения и предоставлении организационно-кураторской поддержки деятельности МБ предусматривается должность «старшего советника», которым может быть сотрудник ФМС, специалист, преподаватель, учитель или руководитель студенческой группы. Члены МБ встречаются 2–3 раза в месяц в течение учебного года (сентябрь–май), чтобы оценивать проблемы и задачи местного сообщества, подготавливать и проводить **конкурсы проектов** среди молодежи, разрабатывать акции по привлечению средств. Они встречаются с представителями местного бизнеса, частными донорами, рассказывают им о состоянии молодежных проблем на территории, знакомят с текущими проектами и программами и тем самым привлекают финансовые средства на грантовые программы, административные расходы и долгосрочный капитал (эндаумент).

1–2 раза в год МБ объявляет конкурс проектов, в котором принимаются и рассматриваются проектные заявки только от молодежи. Члены МБ активно выступают перед своими сверстниками в институтах, училищах и школах, проводят консультации и встречи, выпускают разъяснительные брошюры, размещают информацию на интернет-сайте и на страницах молодежных изданий.

После интервью с авторами проектов грантовый комитет собирает совет МБ и представляет проекты, которые были сочтены достойными финансирования. Совет МБ утверждает наиболее удачные и значимые проекты для представления их грантовым комитетом высшему руководящему органу организации. Окончательное решение по поддержке проектов утверждает высший руководящий орган организации, на базе которой создан МБ.

Во время реализации проектов члены МБ обязательно проводят мониторинг и оценку проектов, получивших поддержку. МБ также осуществляет последующий мониторинг и оценку проектов-победителей. Все участники МБ работают как волонтеры, на добровольной основе.

С чего начать свой Молодежный Банк

1. Изучить различные модели МБ, ознакомиться с практическими примерами. Для этого необходимо изучить документы МБ, при этом можно связаться с кураторами (старшими советниками) этих организаций или приехать на стажировку. Понять и оценить мотивацию по созданию МБ можно на ежегодной конференции МБ. Еще одна важная

«Молодежный Банк – это тренинговая база для ребят. Здесь они учатся действовать, выходить из позиции «потребителя», брать ответственность на себя, участвовать в жизни города, планировать и реализовывать. Предоставляя молодежи финансовые ресурсы на реализацию инициатив, мы выражаем доверие новому поколению»

Наталья Афонина,
председатель экспертного совета Молодежного Банка Тольятти,
заместитель председателя правления ЗАО КБ «Автомобильный Банкирский Дом»

задача – постараться понять будущие вызовы и реальное влияние МБ на благотворительный процесс, его участников и местное сообщество в целом.

2. Представить программу МБ руководящим органам. Подготовить свое видение реализации программы в конкретном регионе и представить руководству «базовой» организации (Фонда местного сообщества, университета, НКО), чтобы заручиться поддержкой.

3. Найти/определить ответственного за эту программу (Старшего советника). Правильный выбор Старшего советника — ключевое звено успеха. Это человек, который делает всю работу «за сценой», постоянно находящийся в контакте с участниками МБ, доступный всегда, когда необходима помощь. Старший советник обычно делает организационно-техническую работу, которую не могут делать сами ребята.

4. Набрать (собрать, отобрать) участников МБ. Очень важно собрать первоначальную команду единомышленников. Они могут быть отобраны как формальными, так и неформальными методами:

- участники отобраны фондом, школой и т.д. (по анкетам или без них), в данном случае можно запросить администрации прислать на первую встречу наиболее активных представителей организаций;
- можно пригласить всех желающих и заинтересованных через своих знакомых, друзей и т.п.

5. Провести серию семинаров-тренингов и сформировать команду. После того как группа

набрана, ее участники должны пройти серию семинаров-тренингов, в том числе по построению команды. Первый год семинары-тренинги должны проходить достаточно часто (не реже двух раз в месяц) и охватывать широкий спектр тем (грантмейкинг, фандрайзинг, ведение переговоров и т.д.).

6. «Учиться, делая». МБ может начать действовать немедленно после первых семинаров и учиться всему на практике. Хорошо разделить ребят на группы или комитеты (по проведению конкурсов, привлечению средств или информационной поддержке). Как только группа начнет принимать решения, она будет исследовать нужды и проблемы молодежи в местном сообществе и разрабатывать критерии для конкурса.

7. Обеспечить предоставление технической поддержки. Техническая поддержка включает в себя: помещение для встреч, необходимое оборудование, консультации, тренинги, оценку. Это необходимо для успешного и устойчивого развития МБ. Техническую поддержку оказывает организация, на базе которой создан МБ.

8. Обеспечить освещение деятельности МБ. Деятельность МБ должна быть включена в PR-деятельность организации, на базе которой он создан.

9. Обеспечить сетевое взаимодействие с другими молодежными банками и организациями. Необходимо изыскивать возможности для участия молодежи в дополнительных тренингах, семинарах и обменах с другими подобными организациями через конференции, электронную почту и т.п.

На что влияет Молодежный Банк

- **На молодежь**

Наиболее постоянное воздействие МБ оказывает на личностное развитие и развитие лидерских способностей молодежи. Важно заметить, что влияние на каждого индивидуально зависит от многих факторов. Это, в частности:

- длительность работы в организации;
- степень и уровень участия;
- вид деятельности;
- эффективность работы Старшего советника;
- степень вовлечения штата «базовой» организации в работу с молодежью.

МБ и подобные организации предоставляют молодежи возможность получить новые знания о благотворительности, некоммерческом секторе, грантмейкинге, фандрайзинге, а также открывают перспективы для добровольческой деятельности. Рассматривая заявки и проводя интервью, молодые люди узнают многое о разных областях жизни и нуждах местного сообщества. Участвуя в МБ, они получают новые навыки:

- мастерство грантмейкинга, которым обладают немногие взрослые;
- лидерские навыки и работа в команде;
- коммуникационные навыки — ведение встреч, написание писем, опыт связи с общественностью;
- навыки межличностного общения — понимание людей, способность мотивировать других, способность справляться с трудными ситуациями;
- организационные и управленческие навыки.

Вовлеченность в работу в МБ в некоторых случаях приводит к осознанному выбору образования

и карьеры, формирует гуманистические убеждения.

- **На «базовую» организацию, где создан МБ**

«Базовые» организации выигрывают от вовлечения молодежи. Во-первых, молодые люди, работающие в МБ, становятся настоящими и будущими лидерами местного сообщества, потенциальным кадровым резервом этих организаций, будущими донорами и добровольцами. Во-вторых, они помогают увеличить популярность и значимость организации благодаря своей деятельности, привлекают внимание СМИ и местной власти. В-третьих, они стимулируют добровольческую деятельность, создают новые сети, рассказывая о своей деятельности друзьям, семьям, соседям.

- **На местное сообщество**

МБ помогает привлекать дополнительные средства на нужды местного сообщества из местных источников. Молодежь вместе со взрослыми лидерами работает над улучшением качества жизни в местном сообществе.

По состоянию на конец 2008 г. в работе МБ г. Тольятти участвовали 17 учащихся и студентов, с момента его создания было проведено пять конкурсов проектов среди молодежи города и профинансировано 33 проекта на общую сумму более 1,2 млн. рублей. В г. Чапаевске Самарской области МБ стал хорошим подспорьем в привлечении средств на решение социальных проблем. Ребята привлекли средства на реконструкцию моста через речку, рядом с которой расположен лагерь коррекционной школы-интерната.

Подробная информация: www.yb.fondtol.org

ПРАКТИЧЕСКИЙ ОПЫТ

ОБЪЕДИНЕННАЯ КОМПАНИЯ «РУСАЛ»

Центр социальных программ «РУСАЛа» – эффективный инструмент развития территорий

Для успешного ведения бизнеса необходима благоприятная, стабильная социально-экономическая среда. Инвестируя в развитие регионов, «РУСАЛ» создает потенциал экономического, социального, материального и духовного роста жителей, формируя стабильное, свободное, уверенное в завтрашнем дне общество и устойчивую среду для производственной деятельности компании и социального развития регионов присутствия. Развитие конструктивных взаимоотношений с населением регионов присутствия, с деловыми партнерами, государственными, муниципальными и некоммерческими организациями – это необходимое условие для устойчивого развития бизнеса.

Реализуя принципы международной инициативы ООН – Глобального Договора, – к которым компания присоединилась еще в 2002 г., был создан Центр социальных программ (ЦСП). Создание региональной сети центров началось после того, как специалисты «РУСАЛа» на собственном опыте убедились, что в регионах очень слабо представляют, как правильно организовывать социальную деятельность, не знают, что такое социальное проектирование. Эти центры стали площадками для встречи всех участников грантовых программ, партнеров из числа некоммерческих организаций, центрами формирования компетенций в социальной деятельности.

ЦСП является уникальным механизмом, разработанным с целью повышения эффективности реализации социальных проектов и программ, снижения административных расходов и максимального приближения к актуальным потребностям жителей конкретных регионов.

Деятельность ЦСП способствует развитию партнерства власти, бизнеса и общества, привлекает население к участию в решении социальных проблем, поддерживает инициативы в области благотворительности и добровольчества. Первый ЦСП был открыт в 2004 г. в г. Красноярске. В 2005–2006 гг. открылись еще 6 филиалов в городах Саяногорск, Братск, Ачинск, Новокузнецк, Бокситогорск и Николаев. Сегодня сеть ЦСП представлена в 15 городах России и Украины.

Цель программы:

Поддержка и содействие развитию местных социальных инициатив, направленных на улучшение качества жизни в регионах присутствия компании.

Задачи программы:

- Анализ социальной ситуации в регионах.
- Развитие многостороннего социального партнерства.



**100 классных проектов. Школа – центр развития
социальной инициативы**

- Поддержка социальных проектов, инициированных гражданами.
- Формирование культуры благотворительности и добровольчества.
- Управление социальными программами компании в соответствии с потребностями жителей регионов присутствия и приоритетами благотворительной политики компании.
- Формирование проектной культуры в регионах присутствия.

Основные проекты:

Сто классных проектов

Поддержка и развитие общественно полезных инициатив школьников 6–11 классов общеобразовательных школ. Ее цель – создать условия для развития детской инициативы на базе школы; сделать школу социальным центром притяжения для ребят и взрослых микрорайона, села, центром общественной жизни.

Вместе в будущее

Социальная адаптация воспитанников учреждений для детей сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, подготовка к самостоятельной жизни после окончания сиротского учреждения, укрепление материально-технической базы учреждений в интересах развития детей, повышение профессионального мастерства педагогов учреждений для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей.

Зеленый дозор

Формирование экологической культуры школьников через информационно-просветительскую работу в области охраны окружающей среды, вовлечение

школьников в решение местных экологических проблем, развитие проектной культуры детей и подростков, а также региональных экологических организаций.

Сто спортивных проектов

Развитие физической культуры, массового детского спорта на дворовых и пришкольных спортивных площадках, в местных спортивных секциях, воспитание активного и здорового молодого поколения.

Шагни за горизонт

Поддержка стремления молодежи к самосовершенствованию, творчеству, здоровому образу жизни, готовит к активному участию в общественной жизни через социальные проекты, содействует развитию добровольческого движения и профессиональному самоопределению молодых людей.

Школа социального проектирования

Развитие инициативы школьников, обучение их технологиям социального проектирования, создание условий для формирования активной жизненной позиции. Компонент для взрослых включает в себя повышение квалификации в сфере проектной культуры и развитие активной жизненной позиции населения территорий присутствия компании – через создание и развитие экспертного сообщества на местах.

Целевая аудитория:

Жители регионов присутствия компании – Республика Карелия, Республика Хакасия, Красноярский край, Иркутская область, Кемеровская область, Ленинградская область,



Мурманская область, Свердловская область. Основными целевыми группами проектов ЦСП «РУСАЛа» являются дети и молодежь. От того, какие возможности будут предоставлены молодому поколению, сейчас зависит успех развития регионов. В рамках реализации программы идет активное взаимодействие с некоммерческими организациями, учреждениями культуры, образования и социальной защиты населения.

Сотрудничество по проекту

Для населения регионов присутствия, инициативных групп граждан и некоммерческих организаций ЦСП выполняет функции центра общественного развития. Специалисты ЦСП обучают население основам социального проектирования, организуют проведение различных общественно значимых акций, переговорных площадок и публичных дискуссий на различные темы – от тиражирования новых социальных технологий до проблем добровольчества и благотворительности.

В рамках программы «Партнерские проекты» во всех городах присутствия ЦСП созданы Оргкомитеты, в состав которых входят представители органов власти. Они оказывают организационную, информационную и финансовую поддержку мероприятиям программы.

ЦСП является открытой и готовой к сотрудничеству организацией. В Красноярске по месту нахождения головного офиса сформирован Попечительский совет, который осуществляет координацию деятельности ЦСП с российскими и зарубежными государственными органами, предприятиями,

учреждениями, организациями. Заседания Попечительского совета проходят дважды в год. В его состав входят: Главный федеральный инспектор в Красноярском крае, заместитель Председателя Законодательного собрания Красноярского края, депутаты Законодательного собрания, Глава города Красноярска.

Не менее тесное сотрудничество с органами власти налажено в филиалах ЦСП: в Республике Хакасия партнером организации выступает Министерство региональной политики республики; в г. Ачинск, Бокситогорск, Новокузнецк партнерами центра выступают Администрации муниципальных образований, Комитеты по делам молодежи, Агентства/Управления образования.

Конкурсные программы ЦСП проходят следующие этапы:

- объявление о старте конкурса,
- презентация конкурса,
- семинар для заявителей, консультации,
- семинар для экспертов,
- окончание приема заявок,
- техническая экспертиза проектов,
- экспертный совет,
- объявление результатов конкурса,
- церемония награждения победителей,
- семинар для победителей,
- семинар «работа над ошибками»,
- заключение договоров с победителями,
- реализация проектов,
- мониторинг проектов,
- итоговая отчетность.

ЦСП активно работает с волонтерами во всех 14 регионах присутствия, эта работа направлена

на продвижение идей добровольчества, повышение профессионализма лидеров добровольческих объединений. В ходе реализации программы осуществляется постоянное информирование через сообщения, пресс-релизы, отчеты о мероприятиях представителей региональных и местных органов власти, СМИ, некоммерческих организаций, малого и среднего бизнеса, благотворительных фондов, партнеров по проектам.

Результаты программы:

- 2008 год для был очень продуктивным и насыщенным важными событиями. Центр социальных программ продолжил реализацию благотворительных программ, в том числе и в новых регионах, в которых филиалы открылись в 2007 году, в связи с созданием Объединенной Компании. В сотрудничестве с офисом ООН в Армении была успешно адаптирована и реализована программа «10 классных проектов».
- Грантовый фонд ЦСП в 2008 г. составил более 40 млн. рублей.
- В этом году работа ЦСП была высоко оценена: Министерством экономического развития РФ, Общественной палатой РФ, Российским союзом промышленников и предпринимателей, Программой развития ООН в РФ (UNDP), Украинским форумом благотворителей.
- По итогам Всероссийского конкурса «Корпоративный донор России–2008» программа ЦСП «РУСАЛа» – эффективный инструмент развития территории» была признана лучшей в номинации «Лучшая программа, эффективно реализующая механизмы трехстороннего сотрудничества бизнеса, НКО и региональных (местных) органов власти».

- В 2008 году гранты ОК «РУСАЛ» получили более 300 социальных организаций в России, Украине и Армении. Работало более 60 бесплатных спортивных секций на спортивных площадках.
- ЦСП реализует свои партнерские программы в 9 регионах России и в двух регионах Украины, а количество участников в программах увеличилось с 352 тысяч в 2007 году до 790 тысяч в 2008 году.
- ЦСП «РУСАЛа» в Украине признан победителем Национального конкурса «Благотворитель года – 2008» в номинации «Лучший корпоративный фонд Украины».
- В 2008 г. был запущен новый интернет-портал для активного обмена опытом в области социальной и благотворительной деятельности в России www.parkproektov.ru, он объединяет социально активных детей, подростков и профессионалов в области благотворительной и социальной деятельности. Уникальность этого ресурса состоит в том, что его будут развивать сами участники программ.

Продолжение и развитие программы

В планы ЦСП на 2009 г. входит усиление акцента на развитие партнерских проектов и волонтерского участия жителей регионов в решении социальных проблем. Для более эффективной деятельности мы рассматриваем возможности объединения наших усилий с усилиями других организаций и учреждений для реализации программ устойчивого развития в регионах присутствия компании «РУСАЛ». Центр социальных программ является открытой и готовой к сотрудничеству организацией.

Подробная информация: www.Rusal.ru

ТРУБНАЯ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ (ТМК)

Социальный диалог

Трубная Металлургическая Компания (ТМК), являющаяся крупнейшим работодателем России (более 45 000 человек персонала), считает поддержку молодежи одним из своих приоритетных направлений как в социальной, так и в кадровой политике. В настоящее время около 30% сотрудников ТМК – это молодые специалисты и рабочие в возрасте до 30 лет.

В Компании разработана **Корпоративная программа работы с молодежью**. Ее основные задачи: привлечение и закрепление квалифицированных молодых работников на предприятиях Компании, усиление роли молодежи в жизни предприятий за счет выстраивания конструктивных отношений между молодыми специалистами и старшим поколением, руководством. В целях привлечения молодых работников на заводах ТМК развернуто взаимодействие с профильными учебными заведениями высшего, среднего и начального профессионального образования, ведется профориентационная работа с учащейся

молодежью. В настоящее время более 3000 молодых работников заводов заочно учатся в колледжах и вузах. При трудоустройстве молодого специалиста за ним закрепляется наставник, который помогает новичку освоиться на производстве и своем рабочем месте.

На заводах ТМК удалось сохранить давнюю традицию – посвящение в молодые рабочие. Это праздник, знаковое событие для вновь принятой молодежи. На заводах действуют собственные учебные центры, обеспечивающие подготовку, переобучение и повышение квалификации персонала. На предприятиях организована система стажировок молодых специалистов, включенных в кадровый резерв на руководящие должности. Компания стремится поддерживать и стимулировать инициативные проекты молодых специалистов по повышению эффективности производства и качества продукции. Центральным звеном Корпоративной Программы является разработка и внедрение системы стимулирования молодых людей, включающей их участие в жилищных программах, материальную поддержку.

В Компании приветствуется и стимулируется инициатива молодых специалистов в разработке предложений по повышению эффективности производства и качества продукции. На заводах организуются такие конкурсы, как «Аукцион технических идей», «Лучший молодой рационализатор», «Лучший по профессии». Ежегодно проводится молодежная научно-практическая конференция, направленная на развитие творческого и профессионального потенциала молодежи, ее активное вовлечение



Молодые таланты ТМК



Молодежная спортивная олимпиада

в решение производственных задач, стоящих перед ТМК. Специально для молодых проводятся различные культурно-массовые мероприятия, такие как конкурс «Молодые таланты», турниры по различным видам спорта, молодежные олимпиады, фестивали заводских команд КВН.

Примерами социального партнерства с молодежью на территориях присутствия ТМК являются социальная программа «Карьера, профориентация и трудоустройство молодежи, в т.ч. развитие молодежного предпринимательства», конкурс для молодежи «Золотой самородок», направленный на поддержку талантливых выпускников школ и Именные стипендии ТМК лучшим студентам металлургического факультета УГТУ-УПИ. Вручение Именной стипендии ТМК осуществляется в рамках программы взаимодействия с УГТУ-УПИ, которая направлена на повышение мотивации студентов в приобретении профессиональных знаний и подготовку компетентных специалистов и руководителей для предприятий Компании.

В рамках данной программы студенты проходят производственную, технологическую и преддипломную практику на предприятиях ТМК Уральского региона.

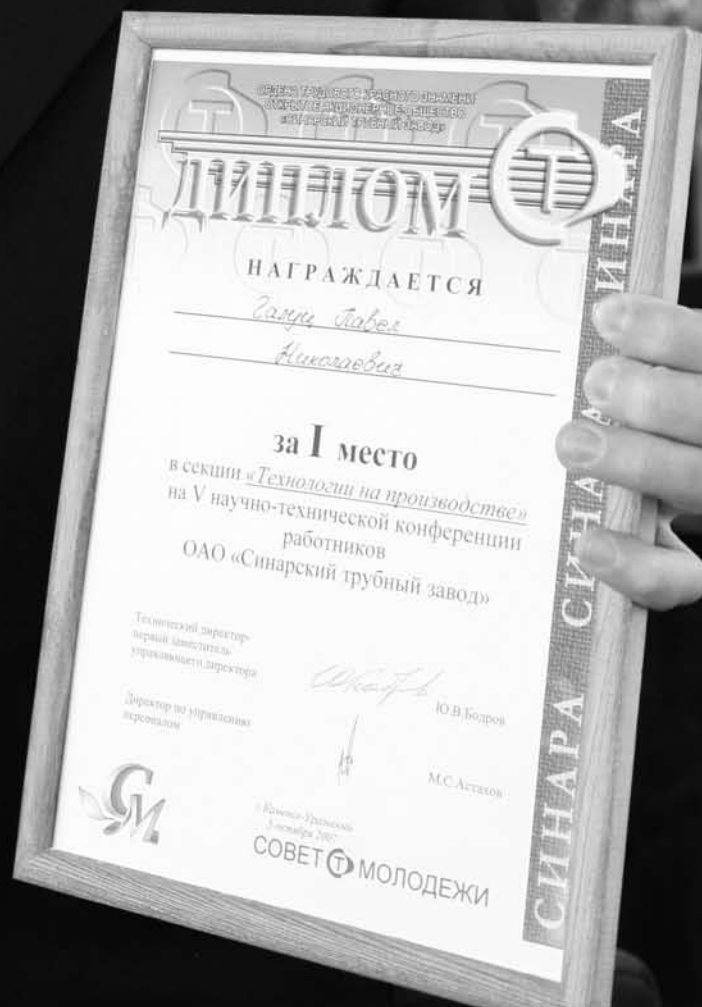
Привлечение молодежи к реализации благотворительных программ ТМК

Трубная Металлургическая Компания активно реализует проект «Корпоративное гражданство», в рамках которого сотрудники компании принимают добровольное участие в благотворительной деятельности. В 2007 году ТМК делегировал полномочия по реализации благотворительных программ в Уральском Федеральном округе Благотворительному фонду «Синара». Фонд является единым оператором благотворительной деятельности нескольких крупных компаний: помимо предприятий ТМК, это предприятия Группы «Синара» и СКБ-банк. Такая практика является отличным примером социального партнерства разнопрофильного бизнеса, его объединения на неконкурентных площадках для решения социальных задач региона.

Фонд «Синара» (создан в 2001 г.) разработал ряд инновационных методов по вовлечению молодежи в решение проблем общества на территории присутствия Компании. Основные программы реализуются по 4 направлениям: повышение творческого и образовательного уровня молодежи, пропаганда здорового образа жизни, физическое и духовное развитие. Среди совместных акций ТМК и БФ «Синара» проект «Счастливый новый год» по сбору новогодних подарков для детей, лишенных попечения родителей и встречающих праздник в лечебных учреждениях Свердловской



Технологии на производстве.
Победитель конкурса





Основы будущей профессии

области. Эту благотворительную акцию поддержали члены молодежных организаций Синарского и Северского трубных заводов (ТМК). Более 3,5 тысяч подарков и сувениров были собраны и доставлены воспитанникам семи детских социальных учреждений, расположенных в Екатеринбурге, Полевском и Каменске-Уральском. Члены Совета молодежи Синарского трубного завода поддержали инициативу по оказанию помощи Центру онкологии и гематологии областной детской больницы №1 г. Екатеринбурга и сдали кровь, жизненно необходимую для лечения детей с онкозаболеваниями.

По инициативе бюро по работе с молодежью Северского трубного завода и при поддержке БФ «Синара» в 2008 году состоялось открытие игровой площадки в г. Полевском Свердловской области.

В последние два года важной составляющей работы БФ «Синара» стало проведение регионального Грантового конкурса по четырем приоритетным направлениям: «Здоровые дети», «Современное образование», «Культурное наследие», «Родной край». В рамках организации грантового конкурса БФ взаимодействует с образовательными учреждениями Свердловской области по направлению «Современное образование». В перспективных проектах Фонда – разработка и внедрение инновационных технологий в образовательных учреждениях; выплаты именных стипендий студентам, пропаганда рабочих профессий; введение новых спецкурсов для обучения.

Подробная информация: www.tmk-group.com и www.bf-sinara.com

«ЕВРАЗ ГРУП С.А.»

Корпоративное волонтерство

Основные социальные проекты, которые компания «Евраз Груп С.А.» реализует в российских регионах присутствия, – конкурс молодежных инициатив «Город друзей – город идей» и «Любимые дети», направленный на помощь семьям, воспитывающим детей с диагнозом «детский церебральный паралич».

«Евраз» также активно поддерживает и развивает **корпоративное волонтерство** своих работников. Помощь детским домам, интернатам для инвалидов и престарелых, экологические акции – вот далеко неполный перечень бескорыстных усилий работников предприятий компании.

Одно из направлений, имеющих богатые «шефские» традиции, – работа с воспитанниками детских домов. Вместе с ними волонтеры уральских предприятий «Евраза» высаживают цветочные клумбы, играют в футбол, ездят на экскурсии и ходят в походы. Они организуют для ребят профориентационные, познавательно-развлекательные и спортивные мероприятия, вяжут детям к зиме варежки и носки. Как говорят волонтеры «Евраза», «не умеем жить лишь для себя».

На протяжении двух лет Туристический клуб ОАО «Высокогорский горно-обогатительный комбинат» (входит в состав «Евраз Груп С. А.») «Роза Ветров» ведет работу с нижнетагильским детским домом «Малахит». Члены клуба в свое свободное время учат детей основам туристической деятельности, выбору необходимого снаряжения для различных видов походов и обращению с ним. Состоялись пешие и горные походы в районе Свердловской области, во время которых были проведены курсы по скалолазанию, многочисленные сплавы

по уральским рекам. «Евраз» оказал детскому дому финансовую помощь в приобретении собственного туристического снаряжения.

Подробная информация: <http://www.evraz.com/ru>



Во время сплава по реке Чусовая

«Туристические походы для детей из детского дома являются не только увлекательным и познавательным приключением, но и дорогой в выборе будущей профессии, т.к. на сегодняшний день и в ближайшем будущем в туристическом секторе довольно легко найти хорошую работу»

Панченко Роман Дмитриевич,
председатель турклуба «Роза Ветров», ведущий
инженер ОАО «Высокогорский ГОК»

ФОНД «НОВАЯ ЕВРАЗИЯ» ПРИ ПОДДЕРЖКЕ МЕСТНЫХ БИЗНЕС-СТРУКТУР

Местному сообществу – активную молодежь

Проект направлен на повышение квалификации специалистов по работе с молодежью. Реализуется в 8 пилотных территориях: Владимирская, Калининградская, Саратовская, Псковская области, городах Сочи, Сургут, Таганрог.

Среди задач, стоящих перед проектом, следует особо выделить:

- Анализ проблем и потребностей молодежной среды регионов – участников проекта.
- Формирование методических блоков для программ повышения квалификации профессионалов, работающих в молодежной среде, на базе современных российских и зарубежных методик работы с молодежью.
- Поддержка сетевого формирования программ повышения квалификации региональными центрами, с учетом региональной специфики и с использованием сформированных методических блоков.

Большим достижением в развитии данного проекта следует считать разработку механизма привлечения софинансирования деятельности молодежи со стороны бизнес-структур, существующих в регионах, что свидетельствует о повышении интереса к деятельности молодежных НКО в муниципальных образованиях, укреплении их авторитета в местных сообществах.

В рамках проекта «Местному сообществу – активную молодежь» на декабрь 2008 г.:

- В городе **Владимире** реализовано 18 социально значимых проектов: начиная от «Молодежного радио» до «Молодежной биржи труда». Эти проекты стали ярким доказательством потенциала владимирской молодежи.

А инициированные круглые столы молодежного актива в Администрации Владимирской области уже стали традицией.

- В **Тамбовской области**, организовывая мастер-классы, тренинги, стажировки, обучая основам социального проектирования и технологии по командообразованию, команда проекта подготовила тьюторов для сопровождения молодежной деятельности в области. Большим успехом организаторы считают развернувшуюся работу волонтерских отрядов по профилактике правонарушений в среде так называемых «трудных подростков», которые уже сами, пройдя тренинги «Социальные навыки поведения», становятся активными помощниками волонтерам.
- В **Калининграде**, где проектная команда ставила перед собой главную цель – обучить руководителей и лидеров молодежных объединений, с успехом реализовано 4 проекта, ставших событием для местных сообществ. Проект «Чкаловск – наш дом» объединил молодых людей по благоустройству города; силами старших школьников и студентов стало возможным издание межшкольной газеты «Территория Эль»; молодежными лидерами разработана программа «Молодежная политика региона». Особой гордостью калининградцев стал проект «ДАР – тепло наших рук», направленный на поддержание и включение в активную деятельность детей и молодых людей с ограничениями в развитии.
- В **Саратовском** государственном университете, на базе которого был реализован проект «Эффективные технологии работы

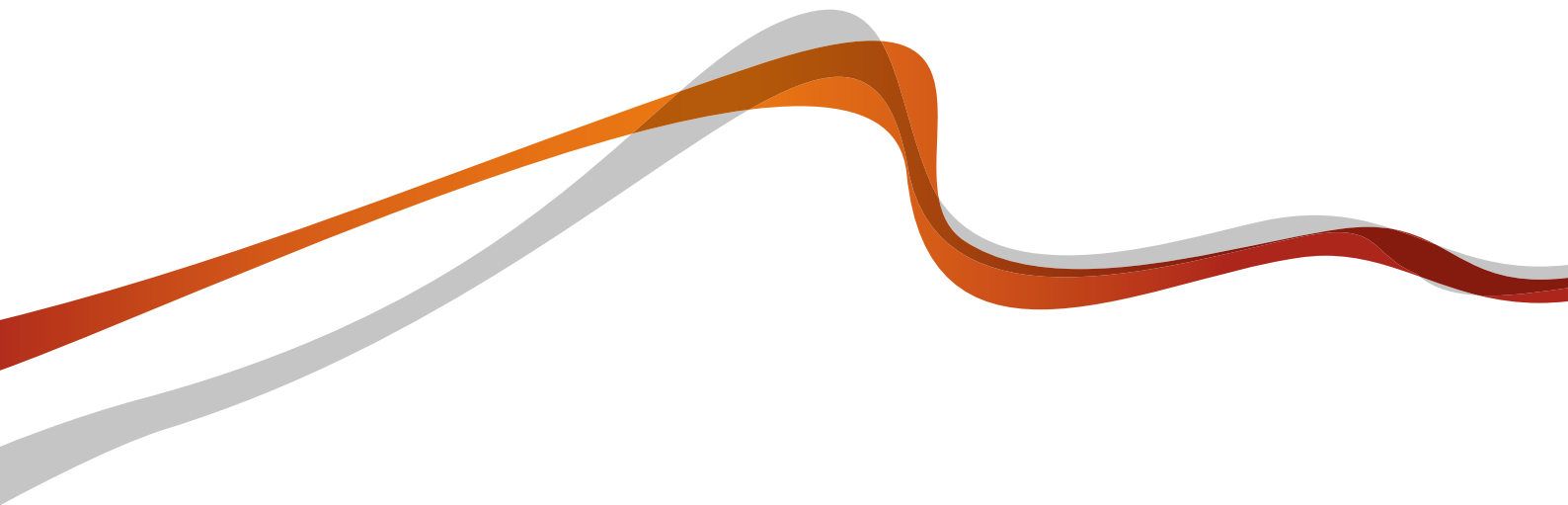
в молодежной среде», разработаны, апробированы и изданы для широкого пользования 4 программных учебных модуля, обучена и сформирована тренерская группа, способная в регионе вести тренинги для молодежи. Продуктом проекта стало изданное пособие «Технологии развития и социальной адаптации молодежи».

- В **Сургуте**, ресурсный центр проекта ФНЕ, получив запрос от Департамента образования и науки, организовал Школу вожатского мастерства, выпускники которой были так необходимы местному сообществу для работы с детьми и подростками в условиях Русского Севера. Теперь уже 20 вожатых, 15 спортивных инструкторов и 3 тренера-специалиста по командообразованию смогут в период каникул работать с молодыми северянами. А в разработанные два проекта «Дизайн-студия для нашего города» и «Клуб молодой семьи» будут в ближайшее время вовлечены молодая творческая молодежь и будущие молодожены Сургута.
- В **Таганроге** обучили более 120 специалистов по работе с молодежью. Руководители проекта по просьбе МЧС в связи с непростой ситуацией в регионе создали и реализовали сложнейшую обучающую программу «Подготовка специалистов по обеспечению безопасности жизнедеятельности, психологов и волонтеров по работе с людьми, попавшими в кризисную ситуацию». Таганрогский Центр образовательных технологий обучил 125 педагогов, руководителей кружков и секций, работающих в системе дополнительного образования, проведя

тренинги по технологиям «Коммуникативные навыки молодежи» и «Дебаты». Большую работу развернули руководители проекта и в сельской местности: отвечая потребностям территории, были реализованы программы социальной адаптации детей и молодежи из Южной Осетии (регион стал местом размещения беженцев).

- В **Пскове**, где помимо подготовки специалистов по работе с молодежью, было развернуто еще одно направление под названием «Профессиональная подготовка как фактор жизненного успеха». Проект охватил учащихся старших классов, ПТУ и студентов, которые благодаря полученным навыкам социального проектирования смогли разработать и реализовать 15 проектов, 5 из которых были представлены на Фестивале молодежных проектов: «Шаги навстречу» по социальной адаптации детей-инвалидов, «Псков: от старины до современности» по работе краеведческих исторических поисковых объединений молодежи, «Второй шанс» по созданию устойчивой модели правопослушного поведения. Около 90 человек (55 взрослых и 32 молодых человека) получили Сертификаты Псковского центра образовательных технологий. Молодежные НКО Псковской области теперь способны стать переговорными площадками для решения молодежных проблем, информационными центрами по продвижению активной деятельности молодежи, менторскими компаниями для решения профессиональных проблем молодежи, «новыми точками активности» для регионального ресурсного центра.

Подробная информация: <http://www.eurasia.msk.ru/>



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Социальное партнерство сегодня – механизм формирования и накопления доверия в обществе, одного из ключевых ресурсов развития в постиндустриальном мире. И участие молодежи в нем необходимо.



Совместная работа представителей трех секторов требует от них серьезной подготовки. Если долгие годы социальное партнерство в России носило стихийный характер, то сейчас мы уже подошли к отметке, когда одной только активной гражданской позиции или энтузиазма уже недостаточно. Нужны эффективные технологии решения социальных проблем, стратегическое видение деятельности своей организации, проектный подход, навыки ведения конструктивного диалога со своими стейкхолдерами, системные знания в сфере организации социального партнерства.

Социальное партнерство становится в России актуальной и востребованной областью компетентных знаний, в равной мере необходимых

как молодежи, так и государственным служащим, менеджерам компаний и руководителям некоммерческих организаций для эффективной разработки и реализации социально значимых проектов и программ в интересах социально-экономического развития территорий. Как показывает практика, реализация таких проектов за счет сложения усилий представителей трех секторов обеспечивает их результативность и долгосрочный эффект.

От того, как сейчас будут молодые встраиваться в управление социальными программами, насколько грамотно осуществится интеграция молодежи в социально-экономическую жизнь, зависит во многом развитие нашего государства. Вкладывая огромные финансовые средства и свое время в конкретные социальные проекты вовлечения молодежи, бизнес и государственные структуры делают инвестиции в собственное будущее. Стоит отметить, что одних финансовых усилий недостаточно, как недостаточно и участия лишь одной стороны. Очень многое зависит и от самой молодежи, от ее активности, стремления к инновациям. В брошюре мы кратко показали практический опыт того, как инициативы молодых могут быть поддержаны и где молодые могут поучиться новым социальным технологиям. Главное, чтобы душа не ленилась, а средства – найдутся. Как найдутся для молодежи и партнеры, и поддержка, и участие. Иди и делай. Будущее – в твоих руках!

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОРГАНИЗАТОРАХ

Международный форум лидеров бизнеса

Международный форум лидеров бизнеса (IBLF) объединяет российские и международные компании, заинтересованные в распространении концепции и практики ответственного ведения бизнеса. IBLF содействует усилению роли бизнеса в достижении устойчивого развития общества. В России IBLF реализует проекты с 1993 года.

Москва, 123001
Мамоновский пер., 4, под. 2, оф. 9
Тел.: (495) 974 14 21
Факс: (495) 788 68 65
E-mail: further.info@iblf.ru
www.iblf.ru
www.iblf.org

Благотворительная общественная организация «Центр развития некоммерческих организаций» (Центр РНО)

Некоммерческая негосударственная организация, которая с 1994 г. является ресурсной площадкой для НКО, ее услуги содействуют профессионализации НКО, помогают молодежи получать новые знания и навыки, быть в курсе важных тенденций и событий, налаживать взаимодействие с органами власти, бизнесом, СМИ и между собой. Одно из направлений работы Центра – развитие корпоративной социальной ответственности и благотворительности. С 2006 г. Центр РНО проводит Фестиваль «Добрый Питер», направленный на продвижение идей частной благотворительности среди петербуржцев.

Санкт-Петербург, 191040
Лиговский проспект, 87, оф. 300
Тел./факс: (812) 718 37 94
E-mail: crno@crno.ru
www.crno.ru

Общероссийская общественная организация «Деловая Россия»

Ведущий предпринимательский союз, основанный в 2001 г., объединяет представителей национального бизнеса из 71 региона Российской Федерации, играет активную роль в жизни общества, стремится соответствовать мировым корпоративным стандартам и активно участвует в проведении социальных реформ в России.

Москва, 123610
Краснопресненская наб., 12
Тел.: (495) 967 00 38, 967 00 41
Факс: (495) 967 00 46
E-mail: Info@deloros.ru
www.deloros.ru

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

СНОСКИ

- ¹ Из речи В.В. Путина на Всемирном экономическом форуме в Давосе, 28 января 2009 г.
- ² Долгова А., Жукова И. Полная и эффективная занятость молодежи – условие повышения конкурентоспособности страны. <http://www.rhr.ru/index/jobmarket/russia/12296.html>
- ³ <http://www.betapress.ru/fairs/>
- ⁴ Международная программа молодежного бизнеса: www.youth-business.org
- ⁵ Полный текст исследования см.: <http://nacfin.ru/reports/finansovaja-gramotnost-naselenija.html>
- ⁶ Местное самоуправление по Конституции РФ, относительно самостоятельно и осуществляется в городских и сельских поселениях, на других территориях, где население объединено совместными условиями проживания.
- ⁷ Печатается с сокращениями по материалам конференции «Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах», ноябрь 2008 г.

ПОЛЕЗНЫЕ ССЫЛКИ

Глобальное сообщество молодежи

www.takingITGlobal.ru

Международная кампания по корпоративному волонтерству «Вместе» (ENGAGE)

www.engageyouremployees.org

Международный форум по социальному партнерству

www.thepartneringinitiative.org

Молодежный Банк Тольятти

www.yb.fondtol.org

Образовательный веб-портал «Азбука финансов»

www.azbukafinansov.ru

Парк социальных проектов компании «РУСАЛ»

<http://www.parkproektov.ru>

Проект «Будущее – в твоих руках!»

www.youth.crno.ru

Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах: практика межсекторного взаимодействия

http://www.economy.gov.ru/social_develop/Sodershanie.htm

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

БУДУЩЕЕ – В ТВОИХ РУКАХ!

Опыт сотрудничества бизнеса, НКО и государства по вовлечению молодежи
в социальную и экономическую жизнь

Подписано в печать 14.04.2009 г.

Формат издания 60х90 1/8. Печать офсетная. Бумага мелованная. Усл. печ. л. 7.5 л.

Тираж 500 экз. Заказ № 0056.

ООО «Проект Форте»

127055, г. Москва, ул. Новослободская, д. 31, стр. 2

