



ЛЕТ

2007

ВСЁ О ЛИДЕРАХ





«САХАЛИН ЭНЕРДЖИ»

ЛИДЕР В ОБЛАСТИ КСО

1-й в России завод по производству СПГ

4% мировых поставок СПГ

40% сотрудников – участники волонтерских акций в рамках программы «Спешите делать добро»

Лауреат национальной премии в области импортозамещения «Приоритет-2017»

21 компания в 12 странах – покупатели нефти Sakhalin Blend

Двукратный победитель рейтинга экологической ответственности нефтегазовых компаний

1900 км – общая протяженность транссахалинской трубопроводной системы

54% сотрудников – жители Сахалинской области

3 морские нефтегазодобывающие платформы



ВСЁ О ЛИДЕРАХ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ 2017

По МАТЕРИАЛАМ ПРОЕКТА
«ЛИДЕРЫ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ – 2017»

Форум ДОНОРОВ
2017



Все о лидерах 2017: по материалам проекта «Лидеры корпоративной благотворительности – 2017». – М.: Форум Доноров, 2017. – 228 с.

Издание подготовлено по материалам исследования «Лидеры корпоративной благотворительности – 2017» – совместного проекта деловой газеты «Ведомости», Ассоциации грантодающих организаций «Форум Доноров» и международной аудиторско-консалтинговой сети фирм PwC. Цель проекта – выявлять лучшие образцы благотворительных программ и распространять информацию о корпоративной благотворительности в бизнес-среде и в обществе в целом. «Лидеры» включают в себя исследование корпоративной благотворительности по специально разработанной методологии, результатом которого является рэнкинг компаний и конкурс благотворительных программ.

Книга состоит из нескольких частей: статьи по итогам исследования деятельности социально активных компаний в 2016 году, результатов рэнкинга и описания корпоративных социальных проектов и программ, которые вошли в число призеров номинаций.

Издание предназначено для представителей бизнеса, ответственных за принятие решений и реализацию проектов в сфере корпоративной благотворительности и социальных инвестиций, сотрудников государственных учреждений и некоммерческих организаций, исследователей корпоративной благотворительности.

Благодарим за поддержку проекта «Лидеры корпоративной благотворительности» компанию «Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.» и партнеров номинаций.

Автор-составитель: Александра Болдырева

Редактор: Ирина Вдовенко

Дизайн и верстка: Иван Петрович

Корректор: Светлана Левина

Над сборником работали: Юрий Благов, Александра Барковец, Ирина Вдовенко, Ирина Ефремова-Гарт, Екатерина Лёвшина, Анастасия Петрова-Савченко, Павел Попов, Алина Шенфельдт

Тираж 500 экз.



О ПРОЕКТЕ

«Лидеры корпоративной благотворительности» – совместный проект Форума Доноров, деловой газеты «Ведомости» и международной сети аудиторско-консалтинговых фирм PwC.

Цель проекта – выявление лучших благотворительных программ компаний и распространение информации для привлечения внимания общества, бизнеса, власти и СМИ к корпоративной благотворительности в России. Проект состоит из двух частей: исследования корпоративной благотворительности, результатом которого является рэнкинг компаний, и конкурса благотворительных программ, которые ежегодно объявляют партнеры проекта.

Партнерами проекта на протяжении всех лет его существования являются Министерство экономического развития Российской Федерации и Российский союз промышленников и предпринимателей, которые объявляют номинации и выбирают лучшие проекты компаний. В 2017 году свою номинацию в рамках проекта объявили Ассоциация менеджеров, Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета, Музей современного искусства «Гараж», Центр «Благосфера», АНО «Эволюция и Филантропия» и Агентство социальной информации. Также в рамках проекта этого года была объявлена номинация «Лучший проект в сфере экологии», оценку проектов которой проводил специально сформированный состав экспертов из числа представителей науки, экспертов в сфере устойчивого развития и журналистики.

В исследовании 2017 года приняли участие 52 российские и международные компании с общим оборотом более 100 млн рублей в 2016 году, осуществляющие свою благотворительную деятельность на территории Российской Федерации. Расходы на социальные и благотворительные проекты по итогам 2016 года раскрыли 46 участников. Исходя из предоставленных данных, они потратили на благотворительность и социальную поддержку более 43,8 млрд рублей.

ПОСОЛ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ



Наталья Гончар

Начальник отдела социальной деятельности «Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.»

«Великолепные 17» Целей в области устойчивого развития, принятые Генеральной ассамблеей ООН в 2015 году, уверенно завоевывают позиции и оправдывают название «Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года». Одно из преобразований новой мировой программы – вовлечение бизнеса как одного из ключевых игроков. От нас ожидают, что мы не только будем поддерживать усилия государства и общества, но и активно работать для достижения ЦУР и решать задачи, которых, к слову, всего 169.

Компаниям не предлагается изобретать велосипед: разработаны матрицы задач устойчивого развития по отраслям, создан Компас ЦУР – замечательный инструмент, который дает ориентиры буквально пошаговой организации работы по ЦУР для любой компании независимо от размера и формы собственности. Помимо руководства для бизнеса, Компас – это еще и электронная платформа с широким диапазоном, интересная как новичкам, так и лидерам в области КСО и устойчивого развития, так как позволяет систематизировать задачи ЦУР, их индикаторы, показатели (включая GRI), изучать примеры практик.

К счастью, никто не ожидает от бизнеса решения всех глобальных проблем человечества. Речь скорее идет о применении общего языка и терминологии, системном анализе, определении приоритетов и объединении усилий. Сегодняшние тенденции в области КСО подтверждают, что триединые партнерства бизнеса, общества и власти – глобальные, региональные или местные – ведут к эффективным результатам в области устойчивого развития.

В реальности все вышеупомянутые постулаты разной степени глобальности можно интегрировать в уже имеющиеся в организации политики и практики, в том числе в сфере благотворительной деятельности.

Программы «Сахалин Энерджи», согласно стратегии компании, содействуют устойчивому экономическому, экологическому и социальному развитию региона присутствия. В сфере социальных инвестиций «Сахалин Энерджи» сосредоточила основные усилия на реализации стратегических долгосрочных партнерских проектов с заинтересованными сторонами – соответственно, Цель 17 «Партнерство в интересах устойчивого развития» является вполне логичной для многих наших программ. С такого достаточно простого шага можно начать знакомство с ЦУР, которое впоследствии может перерасти в определение приоритетов и целей организации, интеграцию, коммуникацию и отчетность.

Многие компании, принявшие участие в проекте «Лидеры корпоративной благотворительности» в 2017 году, уже активно работают с ЦУР. А это значит, что преобразование современного мира не обойдется без нашего участия.

РАЗДЕЛ 1 РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Юрий Благов, к.э.н., директор центра корпоративной социальной ответственности им. ПрайсвотерхаусКуперс, Институт «Высшая школа менеджмента» СПбГУ

Александра Болдырева, исполнительный директор Форума Доноров

Ольга Вохмянина, руководитель программ Форума Доноров

Ирина Ефремова-Гарт, руководитель направления Корпоративное гражданство, IBM Россия/СНГ

Анастасия Петрова-Савченко, к.э.н., ассистент кафедры стратегического и международного менеджмента, Институт «Высшая школа менеджмента» СПбГУ

Результаты исследования «Лидеры корпоративной благотворительности в России – 2017»

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ И ХАРАКТЕРИСТИКА ВЫБОРКИ

Методология исследования

Исследование основных трендов корпоративной благотворительности в 2017 г. традиционно базировалось на анализе количественных и качественных данных, предоставленных компаниями-участниками в рамках анкетирования и приложения пакета сопутствующих документов, раскрывающих как общую стратегию благотворительной деятельности, так и содержание отдельных программ и проектов. За 10 лет существования конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности» исследование ключевых тенденций в этой области претерпело существенные изменения. С каждым годом анкета, которую заполняют компании-респонденты, расширяется и усложняется в целях углубления предмета исследования. Так, анкета 2009 года содержала 33 вопроса, а анкета 2017 года – уже 50 вопросов, структурированных в рамках шести последовательных разделов:

- 1) общая информация о компании;
- 2) концепция и стратегия;
- 3) финансовые показатели;
- 4) управление и процессы;
- 5) результаты и перспективы;
- 6) информационная политика.

Предложенные участникам исследования вопросы имели как открытый, так и закрытый (подразумевающий возможные варианты ответа) характер, при этом компании всегда могли прокомментировать тот или иной выбор. Содержательно вопросы были дополнены и расширены в анкете 2017 г., в том числе с учетом вариативности ответов, которые компании – участники исследования давали в предыдущие годы. Важно отметить, что в разные годы при доработке анкеты отдельное внимание уделяли различным блокам. Так, два года назад был существенно доработан блок по оценке, а в этом году основной фокус был направлен на доработку вопросов блока анкеты, касающегося информационной политики бизнеса.

Следует отметить определенные ограничения, связанные как с выборкой компаний-респондентов, так и с презумпцией добровольности и правдивости ответов. Основные тенденции, о которых идет речь в данном докладе, базируются на информации, добровольно предоставленной компаниями, работающими на территории Российской Федерации и занимающими лидирующие позиции в области корпоративной благотворительности. Естественно, что в исследовании в первую очередь принимают участие компании, которые занимаются благотворительной деятельностью на системной и долгосрочной основе. Несмотря на то, что в конкурсе и, соответственно, исследовании ежегодно могут участвовать любые коммерческие организации, выборка компаний-респондентов фактически не охватывает малый и средний бизнес. Поэтому описываемая в докладе ситуация в первую очередь характеризует благотворительную деятельность крупных компаний, часть из которых работает на всей территории страны и оперирует градообразующими активами. Тем не менее опыт этих компаний постепенно распространяется и по цепочке поставщиков, охватывая все больший круг местных бизнес-партнеров.

В докладе используются агрегированные данные, а при описании тех или иных практик не упоминаются названия компаний. Информация о списке участников приводится в конце данного доклада. Кроме того, у читателей доклада есть возможность ознакомиться с конкретными благотворительными программами и проектами, ставшими победителями в различных номинациях конкурса.

Выборка компаний-респондентов

В исследовании 2017 г. приняли участие 52 компании, которые предоставили данные о благотворительной деятельности за 2016 г. Отраслевая принадлежность участников отражена на рис. 1. Наиболее широко были представлены добывающие и металлургические компании, химическая и нефтехимическая промышленность, компании розничной торговли, производители товаров повседневного спроса, а также компании, работающие в области информационных технологий, телекоммуникаций и связи. При этом общее отраслевое разнообразие с каждым годом расширяется, что позволяет делать более интересные и содержательные выводы о практиках корпоративной благотворительности.



Рис. 1. Отраслевая принадлежность компаний-респондентов*

Треть компаний-респондентов (33%) работают на всей территории Российской Федерации, 73% – покрывают половину и более федеральных округов (см. рис. 2). Если сравнить регионы операционной и благотворительной деятельности, то становится очевидным, что они примерно совпадают. При этом компании не всегда распространяют благотворительность на все территории присутствия, но, как правило, покрывают их большую часть. Сравнение регионов операционной и благотворительной деятельности также показывает, что компании практически не занимаются благотворительностью в тех регионах, в которых они не работают.

Зарубежные операции осуществляют 40% компаний-респондентов, из них 31% участвуют в благотворительных программах за рубежом. Следует отметить, что здесь фигурируют не только компании, штаб-квартиры которых находятся в других странах, но и российские компании, осуществившие выход на иностранные рынки.

Участники исследования в совокупности поддерживают более 1,2 млн рабочих мест. Величина штата при этом варьируется от 30 до почти 160 000 сотрудников

* Компании имели возможность отметить несколько отраслей.

(рис. 3). В 12% компаний количество сотрудников не превышает 2 000 человек, в четверти компаний занято от 2 000 до 5 000 сотрудников, в 29% – от 5 000 до 20 000 сотрудников, в 19% – от 20 000 до 50 000, в 15% компаний работает более 50 000 человек.

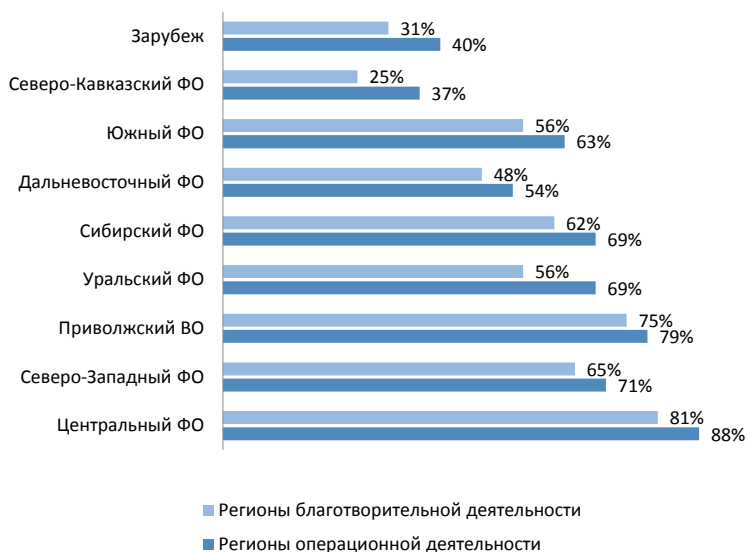


Рис. 2. Регионы операционной и благотворительной деятельности компаний-респондентов

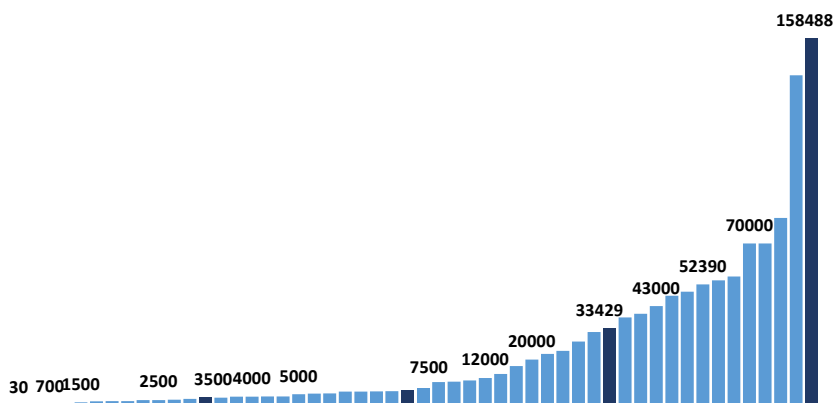


Рис. 3. Распределение компаний-респондентов по величине штата

Данные о выручке и прибыли раскрыл 71% компаний. Выручка варьируется от 160 млн до 16 трлн рублей. 89% компаний, пожелавших раскрыть информацию о прибыли, написали о ее положительном значении в 2016 г.

СТРАТЕГИИ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

Проведенное исследование позволяет констатировать, что подавляющее число компаний-респондентов имеют формализованные стратегии корпоративной благотворительности, отраженные в соответствующих корпоративных документах. Подобная стратегия отсутствует лишь в одной компании, что подтверждает устойчивость стратегического подхода к корпоративной благотворительности, сложившегося в последние годы. Выстраивание целостной системы, содержащей обоснованные и адресные цели и задачи, направления и формы их реализации, а также средства достижения обеспечивают не только стратегическое управление самой благотворительной деятельностью, но и корректность ее встраивания в общую корпоративную стратегию.

Причины благотворительной деятельности

Отвечая на вопрос о причинах, побудивших их заняться благотворительной деятельностью, компании-респонденты зачастую не делают различий между причинами и целями, что затрудняет контент-анализ предоставленной ими информации. Тем не менее развернутые эссе, предложенные большинством участников проекта в качестве ответов на вопросы о причинах и целях, дают возможность сделать определенные выводы, выделяя четыре основных типа причин корпоративной благотворительности – морального, наследующего, вынужденного и экономического характера (рис.4).

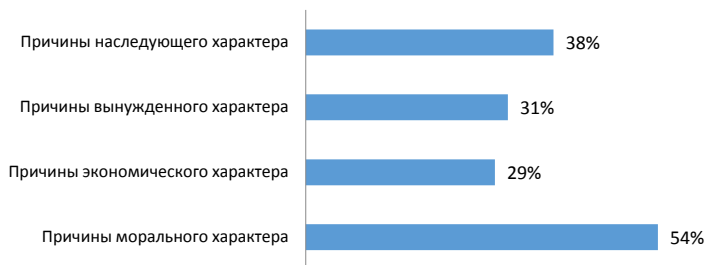


Рис. 4. Причины благотворительной деятельности*

Более половины компаний-респондентов (54%) обосновывают свою благотворительную деятельность прежде всего соображениями *морального характера*. Побудительными мотивами зачастую становится стремление помочь социально

* Контент-анализ ответов подразумевал возможность выделения более чем одной причины.

незащищенным слоям населения, реализоваться в обществе за рамками сферы бизнеса, более ответственно и осмысленно использовать имеющиеся у компании ресурсы. По сути, организации в подобной ситуации выступают моральными агентами, посредством которых собственники и сотрудники реализуют личную моральную мотивацию к оказанию помощи. Последующий анализ направлений корпоративной благотворительности четко демонстрирует взаимосвязь изначально определенной моральной, а не стратегической мотивации со специфическим набором социальных проблем, решением которых занимается компания. В данном случае компании-респонденты более остро реагируют на видимые условно «популярные» социальные проблемы (помощь детским домам, людям с тяжелыми заболеваниями, поддержка культуры, образования, спорта, решение экологических проблем на местах), но в меньшей степени пытаются увязать корпоративную благотворительность с общей корпоративной стратегией. Как подчеркнуто в одной из представленных анкет, компания «не лицемерит, когда говорит, что не ждет быстрых дивидендов и дивидендов вообще от тех благотворительных программ, которые уже на протяжении долгих лет реализовывает в своей повседневной жизни».

Причины *наследующего характера* прослеживаются в ответах 38% компаний-респондентов. В подавляющем большинстве случаев стратегия и политика корпоративной благотворительности были транслированы материнскими компаниями, работающими на зарубежных рынках. Образованные на территории Российской Федерации филиалы или совместные предприятия с самого начала операционной деятельности переняли и основные принципы корпоративной социальной ответственности, и конкретные формы их реализации. Выбор направлений благотворительности здесь, как правило, соответствует общей глобальной стратегии, хотя компании нередко имеют возможность дополнительно реагировать на запросы местных сообществ. Следует, однако, отметить, что подобная «дополнительная» благотворительная деятельность редко имеет масштабный и систематизированный характер. В ряде других случаев компании-респонденты унаследовали определенную социальную нагрузку с приобретением активов градообразующих предприятий, которые исторически (еще во времена СССР) занимались решением специфического набора социальных проблем или даже имели на балансе социальные объекты. Несмотря на постепенную передачу таких объектов в муниципальную собственность, традиционные направления благотворительной поддержки нередко сохранялись.

Вынужденный характер причин корпоративной благотворительности можно проследить в ответах около 31% респондентов. Понятие «вынужденности» в данном контексте весьма условно, оно не означает нежелание компаний заниматься благотворительностью, но подразумевает наличие стимулирующих ожиданий со стороны внешних стейкхолдеров – достаточно весомых, чтобы принимать их во внимание. Среди таких ожиданий можно выделить предложения от государственных и муниципальных органов власти; запросы со стороны некоммерческих организаций и физических лиц, совокупное воздействие которых может быть значительным;

ожидания реальных и потенциальных бизнес-партнеров, особенно зарубежных, для которых корпоративная благотворительность является одной из системообразующих практик; дополнительное внимание к бизнесу со стороны потребителей и местных сообществ в связи со спецификой производимого продукта (что подчеркивается производителями этически чувствительной продукции, в частности табачной и алкогольной). Кроме того, о причинах вынужденного характера говорят компании-респонденты, оперирующие градообразующими предприятиями. Роль таких компаний «в социально-экономическом развитии территорий присутствия настолько существенна, что их экономические показатели обязательно учитываются органами государственной власти и органами местного самоуправления при формировании стратегий развития территорий». Соответственно, компании-респонденты отмечают активный «запрос на организацию более тесного взаимодействия между компанией и местными сообществами», удовлетворение которого позволяет «снизить иждивенческие настроения в обществе и оптимизировать собственные ресурсы». Градообразующие предприятия, являющиеся основными работодателями на территориях присутствия, также вынуждены реагировать на «отсутствие комфортных условий в социальных учреждениях городов, где проживают работники предприятий (больницы, детские дошкольные и школьные учреждения, санатории, спортивные учреждения и др.)», поскольку игнорирование этих проблем потенциально может привести к сложностям найма, мотивации и удержания сотрудников.

Наконец, на *экономические* причины перехода к благотворительной деятельности указывают 29% компаний-респондентов. Компании связывают благотворительность с обеспечением устойчивости компании в регионах присутствия через долгосрочные инвестиции в уровень жизни местных сообществ. Также отмечается репутационная подоплека благотворительности и ее роль в формировании корпоративной культуры. Часть компаний подчеркивает важность благотворительности как мотивирующего фактора для сотрудников, которые могут пользоваться создаваемыми работодателем механизмами участия в благотворительных инициативах. Показательно, что доля компаний, изначально объясняющих занятие благотворительной деятельностью экономическими причинами, относительно невелика. Тем не менее, как показывает последующий анализ, выстраивание корректного целеполагания приводит к тому, что возможность создания не только социальной, но и «разделяемой (общей)» ценности существенно усиливает как экономическую составляющую корпоративной благотворительности, так и соответствующую мотивацию к ее продолжению и развитию.

Целеполагание корпоративной благотворительности

Корректное формулирование цели и задач является важнейшим аспектом выработки стратегии корпоративной благотворительности. Четкое целеполагание, впрочем, далеко не тривиально, а анализ данных, представленных компаниями-респондентами, сталкивается с определенными сложностями.

С одной стороны, у подавляющего большинства компаний-респондентов разработана целая серия документов разного уровня, регламентирующих благотворительную деятельность, закрепляющих соответствующие стратегии и политики, каскадирующих цели и задачи разных уровней (рис. 5). При этом 42% компаний-респондентов имеют собственное положение о благотворительной деятельности, 50% – соответствующую документированную политику. В свою очередь, лишь 4% участников проекта соотносят благотворительную деятельность с принципами, заложенными в социальные кодексы, а политика/стратегия устойчивого развития как документ, наиболее широко интерпретирующий роль бизнеса в обществе и формулирующий общие цели корпоративной социальной деятельности, как правило, присутствует в подразделениях крупных международных компаний. С другой стороны, лишь 21% компаний-респондентов предоставляет полный доступ к пакету документов, а две трети (63%) – хотя бы частичный. Более того, формулировки целей и задач, представленные компаниями-респондентами в конкурсных анкетах, нередко подменяются простым перечислением направлений благотворительной деятельности и даже конкретных программ и проектов.



Рис. 5. Документальное закрепление стратегии/политики благотворительной деятельности*

* Респонденты могли выбрать более чем один ответ.

Контент-анализ ответов компаний на вопросы конкурсной анкеты, тем не менее, позволяет выявить набор целей благотворительной деятельности компаний-респондентов, причем участники могли сформулировать более чем одну цель, что позволяет не только определить их перечень, но и выявить соответствующие ему предпочтения (рис. 6). При этом характерно, что степень проработанности целей практически не коррелирует с уровнем их формализации в соответствующих документах.

Практически все компании-респонденты (94%) отмечают необходимость решения выбранных ими социальных проблем (данную цель можно проследить даже через перечисление набора программ). Более половины компаний (58%) считают важным повышение устойчивости бизнеса за счет развития регионов присутствия. Они отмечают значимость «благоприятного климата» в регионах операционной деятельности, «интеграции компании в локальное окружение», а также «перехода от дарения к социальным инвестициям» в регионы. Треть респондентов (35%) в качестве одной из целей корпоративной благотворительности указывают укрепление репутации на рынке товаров/услуг, около четверти – задумываются об укреплении своих брендов на рынке труда (27%) и взаимоотношениях с бизнес-партнерами (23%). Укрепление компетенций сотрудников и корпоративной культуры, отмеченное 37% компаний-респондентов, преимущественно рассматривается в связке с развитием программ корпоративного волонтерства.



Рис. 6. Цели благотворительной деятельности*

* Контент-анализ ответов подразумевал возможность выделения более чем одной причины.

Стоит отметить, что, формулируя цели благотворительной деятельности, компании-респонденты нередко обращают внимание на задачи, которые, по сути, выступают средствами достижения заявленных целей. В частности, 46% компаний-респондентов указывают на необходимость привлечения партнеров к решению социальных проблем. При этом отмечается, что «при решении сложной социальной проблемы усилий только производителей недостаточно... Через партнерские проекты есть возможность решать системные социальные проблемы и получать значимые результаты, объединяя взаимодополняющие ресурсы широкого круга сторон». В качестве возможных партнеров компании-респонденты видят и коммерческие организации, и НКО, и клиентов (в частности, в рамках реализации программ социально ответственного маркетинга), и государство (например, в рамках государственно-частного партнерства), и жителей регионов присутствия. Участники проекта подчеркивают, что не все признаваемые значимыми социальные проблемы они готовы решать собственными силами, а значимость проблем для общества должна подтверждаться готовностью к ответным действиям с его стороны. Кроме того, «социально-экономические и благотворительные программы не должны подменять хозяйственную деятельность органов власти, но являться дополнительным инструментом развития территорий».

Интерпретируя цели и задачи корпоративной благотворительности, можно сделать вывод, что практически все компании-респонденты так или иначе ориентируются на создание социальной ценности. Что же касается коммерческой ценности, то необходимость ее генерации в том или ином виде отметили 72% компаний. В свою очередь, лишь два респондента сделали специальную оговорку о том, что не используют благотворительность в целях бизнес-характера, в частности для укрепления репутации и продвижения товаров. Таким образом, большинство компаний осознанно работает над созданием «разделяемой (общей)» ценности через реализацию благотворительных программ, причем более половины из них подчеркивают взаимосвязь устойчивого развития бизнеса и устойчивости местных сообществ. Что касается так называемой «смешанной» ценности (blended value), появляющейся благодаря межсекторному взаимодействию, почти половина респондентов отмечает необходимость партнерских усилий для решения социальных проблем («Чтобы внести действительный вклад, мы не должны быть одни!»). При этом некоторые компании-респонденты берут на себя повышенные обязательства, «видя свою роль не только в выделении средств, но и в привлечении ведущих российских институций-лидеров в различных социально значимых сферах для реализации актуальных проектов в регионах и содействия повышению качества жизни».

Заинтересованные стороны благотворительной деятельности

Четкое целеполагание корпоративной благотворительности, в свою очередь, невозможно без корректной идентификации и ранжирования заинтересованных сторон, персонифицирующих бизнес и общество. При этом

важно помнить, что, с одной стороны, стейкхолдеры находятся под воздействием решений и действий компании, оказывая на нее, в свою очередь, обратное воздействие через систему своих ожиданий. С другой стороны, заинтересованные стороны вносят непосредственный вклад в создание ценности в процессе реализации конкретных благотворительных проектов и программ.

Проведенное исследование позволяет определить относительную приоритетность заинтересованных сторон для компаний-респондентов (рис. 7). Кроме того, в анкете содержался вопрос о ключевой заинтересованной стороне с возможностью выбрать только одну. Примечательно, что почти половина участников проекта (48%), отметив приоритетные группы заинтересованных сторон, затруднилась выбрать одну ключевую.



Рис. 7. Заинтересованные стороны благотворительной деятельности

Более 80% компаний-респондентов отметили важность таких стейкхолдеров, как акционеры, сотрудники, благополучатели, местные сообщества и некоммерческие организации. Три из пяти наиболее популярных групп заинтересованных сторон были также выбраны в качестве ключевых – акционеры, благополучатели и местные сообщества (15%, 13% и 15% соответственно). Данный выбор весьма показателен. Акционеры выступают бенефициарами коммерческой ценности благотворительной деятельности, благополучатели – социальной ценности, а роль местных сообществ интерпретируется компаниями через понятие устойчивого развития и часто соотносится с созданием «разделяемой (общей)» ценности.

Не менее интересны ответы на уточняющий вопрос о выборе приоритетных групп благополучателей – «по определению» ведущей заинтересованной стороны любой благотворительной деятельности. Именно их ожидания персонализируют социальные проблемы, во многом определяют направления и формы реализации соответствующих программ и проектов. Так, согласно результатам проведенного опроса (рис. 8), большинство компаний выделяет детей (87%), молодежь (71%) и учащихся (71%), что соответствует наиболее популярным направлениями благотворительной деятельности (образование, социальная защита). В свою очередь, благополучие местных сообществ (50%) увязывается с развитием регионов присутствия, а выбор организаций в качестве благополучателей (65%) – развитием партнерских отношений, в том числе в рамках межсекторного взаимодействия. Примечательно, что компании-респонденты практически не рассматривают правонарушителей и заключенных в качестве потенциальных благополучателей, тем самым игнорируя социальные проблемы, связанные с правонарушениями. Возможными причинами подобной отстраненности могут быть отсутствие значимого сфокусированного запроса со стороны местных сообществ, недостаточное развитие и влияние некоммерческих организаций, отсутствие значимого числа и силы организаций, занимающихся проблемами и субъектами правонарушений, а также относительно слабый потенциал генерации «разделяемой (общей)» ценности.



Рис. 8. Основные благополучатели благотворительной деятельности

Некоммерческие организации, в свою очередь, выделяются компаниями за «уникальный опыт и профессионализм», «понимание актуальных проблем социально незащищенных групп», «поддержку на местах». НКО аккумулируют актуальную информацию о текущем состоянии социальной проблемы и достаточно часто являются операторами реализуемых программ. Сотрудники как

заинтересованная сторона интерпретируются компаниями в двух смыслах – как объект инвестирования с целью повышения благосостояния, улучшения условий жизни (т.е. как специфические благополучатели) и как субъект реализации благотворительности через ее инициирование, администрирование, частные пожертвования и участие в корпоративном волонтерстве. Эта двойственность во многом объясняет на первый взгляд парадоксальную ситуацию «более высокого» ранжирования сотрудников в системе заинтересованных сторон, чем благополучателей в целом. При этом компании отмечают важность мотивирующей составляющей благотворительности для сотрудников, потенциал развития корпоративной культуры и укрепления бренда работодателя.

Почти 80% компаний-респондентов важной заинтересованной стороной считают представителей власти. В качестве пояснений фигурирует наличие административного ресурса, возможностей решения проблем на законодательном уровне, масштабность деятельности, авторитет и информационные возможности. Некоторые благотворительные программы федерального характера вообще не могут быть реализованы вне соглашений с теми или иными государственными органами и без соответствующей ресурсной поддержки. Бизнес-организации, выступающие в качестве партнеров, клиентов, кредиторов, отмечаются 69% участников проекта (69%) как обладающие «профессиональным системным подходом», «ресурсами и компетенциями», «устойчивостью и эффективностью».

Средства массовой информации были выделены 2/3 компаний-респондентов, отметивших их потенциал в привлечении внимания самой разной аудитории, в том числе властей, к решению социальных проблем. Кроме того, СМИ помогают компаниям обеспечивать прозрачность и открытость корпоративной благотворительности, выступают своеобразным «проводником идей» и распространителем «лучших практик». Наконец, роль профессиональных сообществ в сфере корпоративной социальной ответственности и благотворительности как ее составной части видится компаниям в возможностях объединения ресурсов, поиске наиболее эффективных путей решений актуальных проблем регионов, оценки проектов и программ, консультаций и обучения специалистов и руководителей проектов.

Направления благотворительной деятельности

Направления благотворительной деятельности участников проекта традиционно разнообразны (рис. 9), причем проведенное исследование позволяет с определенной степенью условности выделить три основные «группы» направлений по критерию популярности среди компаний-респондентов.

Наиболее популярно, причем с существенным отрывом, направление «образование» (79%), поддержку которого компании-респонденты реализуют в самых разнообразных формах. Здесь, в частности, фигурируют: поддержка дошкольного и школьного образования; организация или поддержка тематических школ, секций, кружков; помощь в выборе профессии; вклад в развитие технических

училищ, колледжей и вузов; развитие в их рамках отдельных курсов; поддержка наиболее талантливых и амбициозных учеников и студентов; развитие профессиональных качеств и компетенций; поддержка или разработка литературы, онлайн-курсов; организация презентаций, семинаров, конференций и т.п. При этом целеполагание компаний существенно различается – от проектов чисто социального характера (например, материального обеспечения детских садов, школ) к жесткому планированию создания «разделяемой (общей)» ценности (инвестиции в будущий кадровый потенциал через поддержку профильных технических училищ и вузов вплоть до конкретных курсов и студентов). В целом компании-респонденты достаточно часто увязывают образовательное направление корпоративной благотворительности с накоплением и совершенствованием человеческого капитала в регионе и стратегией управления человеческими ресурсами. При этом поддержка «науки и исследований», которую осуществляют только четверть компаний, часто увязана с образовательной частью благотворительности, причем подобная комплексная поддержка нередко нацелена на долгосрочное развитие технологической базы операционной деятельности.



Рис. 9. Основные направления благотворительной деятельности

На втором месте находятся «развитие местных сообществ» и «социальная защита» (65% и 67% соответственно). Развитие местных сообществ рассматривается компаниями в контексте улучшения общей социально-экономической ситуации в регионе, направленного на устойчивое развитие как региона, так

и конкретной компании. Данное системообразующее направление признается обязательным всеми компаниями-респондентами, оперирующими градообразующими активами, причем такие направления, как «трудоустройство и трудовая адаптация» (25% компаний-респондентов) и «развитие предпринимательства», в том числе социального (33%), его во многом дополняют и уточняют. Реализуя соответствующие программы и проекты, компании-респонденты обоснованно рассчитывают на повышение легитимности своей деятельности в глазах местного сообщества. Популярность же «социальной защиты», помимо все той же привязки к потребностям местных сообществ, объясняется, как правило, еще двумя причинами: моральной готовностью владельцев и сотрудников помогать людям, попавшим в беду и остро нуждающимся в помощи, а также относительно высоким качеством подготовки поступающих в компании запросов от некоммерческих организаций и физических лиц.

К третьей условной группе можно отнести поддержку спорта и здорового образа жизни, здравоохранения, экологии, культуры и искусства (58%, 58%, 52%, 48% компаний-респондентов соответственно). Экологические проекты воспринимаются в качестве обязательных компаниями добывающей и обрабатывающей промышленности, причем если это направление не выбиралось ими в качестве основного, то наиболее часто фигурировало в списке второстепенных (25% компаний-респондентов).

Что касается таких относительно менее популярных направлений корпоративной благотворительности, как «информационная сфера» и «помощь животным», то они либо увязаны с отраслевой спецификой, либо – особенно во втором случае – выделяются в рамках более широкого экологического направления, или просто являются результатом эмоционально-окрашенного выбора волонтерской инициативы. Поддержка «национально-этнической сферы», как правило, реализуется компаниями, чьи предприятия находятся на территории проживания национально-этнических меньшинств, таких как малочисленные народности Крайнего Севера (МНКС). Под поддержкой «безопасности жизнедеятельности» компании почти исключительно подразумевают помощь пострадавшим от стихийных бедствий, пожаров и т.п., выделяемую по факту произошедших событий.

Сравнение направлений корпоративной благотворительности, выбираемых компаниями-респондентами на протяжении последних трех лет, показывает, что относительные приоритеты остаются практически неизменными (рис. 10).

Исследование 2016 г. выявило ряд новых направлений, выбор которых мог несущественно изменить картину. В частности, направление «безопасность жизнедеятельности» могло в предыдущие годы быть отнесено компаниями к «социальной защите», а «развитие предпринимательства» – к «развитию местных сообществ». Возможный перерасчет с учетом этих нюансов еще более приблизит актуальную картину направлений благотворительности к устойчивой ситуации предыдущих годов.

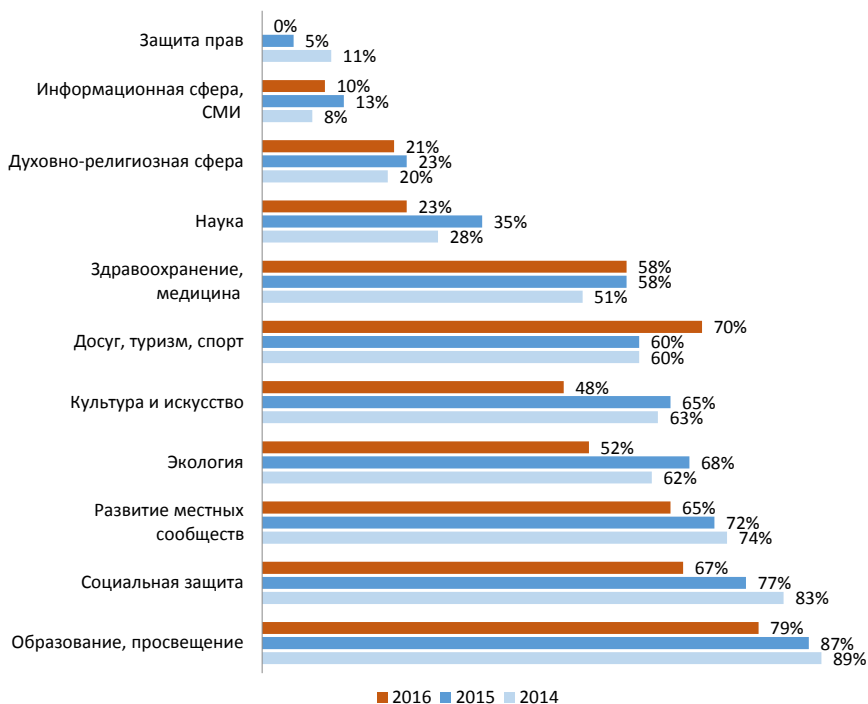


Рис. 10. Сравнение направлений корпоративной благотворительности за 2014–2016 гг.

Соотнесение направлений благотворительной деятельности компаний-респондентов с Целями устойчивого развития ООН позволяет сделать вывод о том, что большинство этих целей естественным образом соотносится как с целеполаганием, так и с основными направлениями корпоративной благотворительности российских компаний – участников проекта «Лидеры корпоративной благотворительности – 2017» (рис. 11). При этом, безусловно, учитывается специфика социально-экономического развития Российской Федерации в целом и ее отдельных регионов в частности. Как подчеркивается в докладе «Цели устойчивого развития ООН и Россия», выпущенном в 2016 г. Аналитическим центром при Правительстве Российской Федерации, «в России как среднеразвитой стране с огромным потенциалом, но значительным неравенством» многие Цели необходимо адаптировать. Так, например, «ликвидация нищеты» должна трансформироваться в «достижение баланса между категориальной и адресной системами социальной поддержки», «ликвидация голода» – в «устойчивое развитие и качество питания».

Направления корпоративной благотворительности	Цели устойчивого развития ООН
Защита прав	(5) гендерное равенство (10) уменьшение неравенства (16) мир, правосудие и эффективные институты
Информационная сфера, СМИ	(16) мир, правосудие и эффективные институты
Духовно-религиозная сфера	(4) качественное образование
Наука	(4) качественное образование
Здравоохранение, медицина	(3) хорошее здоровье и благополучие (6) чистая вода и санитария (10) уменьшение неравенства
Досуг, туризм, спорт	(3) хорошее здоровье и благополучие
Культура и искусство	(4) качественное образование
Экология	(6) чистая вода и санитария, (7) недорогостоящая и чистая энергия, (12) ответственное потребление и производство, (13) борьба с изменением климата, (14) сохранение морских экосистем, (15) сохранением экосистем суши
Развития местных сообществ	(1) ликвидация нищеты (8) достойная работа и экономический рост, (9) индустриализация, инновации и инфраструктура (11) устойчивые города и населенные пункты
Социальная защита	(1) ликвидация нищеты (3) хорошее здоровье и благополучие (10) уменьшение неравенства
Образование, просвещение	(4) качественное образование (5) уменьшение неравенства

Рис. 11. Направления корпоративной благотворительности и Цели устойчивого развития ООН

Подобное соотнесение представляется чрезвычайно важным, поскольку позволяет вписать практику корпоративной благотворительности в новую парадигму отношений бизнеса и общества. С одной стороны, ЦУР ООН как таковые, а также соответствующие им глобальные проблемы и пути их решения далеко выходят за привычные рамки корпоративной благотворительности, охватывая всю систему корпоративной социальной деятельности, включая основные бизнес-процессы. С другой стороны, тесная взаимосвязь этих целей, необходимость комплексного подхода к их решению, важность кооперации различных рыночных и нерыночных агентов наглядно демонстрируют относительную ограниченность выделения корпоративной благотворительности и соответствующей системы управления в «особое производство».

Формы и инструменты благотворительной деятельности

Компании-респонденты в 2016 г. использовали различные формы корпоративной благотворительности (рис. 12). Предпочтения компаний-респондентов при этом весьма консервативны. Ведущей формой по-прежнему являются собственные благотворительные программы (98% компаний в 2016 г. при 87% и 92% в 2015 г. и 2014 г. соответственно), вторую позицию сохраняют партнерские программы (90% в 2016 г. при 80% в 2015 и 86% в 2014 г.).



Рис. 12. Основные формы реализации корпоративной благотворительности

Собственные благотворительные программы активно используются компаниями-респондентами в силу большего соответствия общей стратегии корпоративной социальной ответственности, потенциала интегрируемости и масштабируемости, большей возможности использовать накопленные профессиональные компетенции. Собственная программа, в свою очередь, может быть реализована самостоятельно (65% участников), через корпоративный благотворительный фонд (37%) либо с помощью внешнего оператора (40%). Часть компаний обращает внимание, что собственная благотворительная программа является для них наиболее удобной с точки зрения управления и контроля, дает «большую свободу в реализации мероприятий и региональных активностей, позволяет выступать в качестве лидера по выбранным направлениям». Для некоторых компаний критически важной является возможность использования собственных технологий, знаний и инфраструктуры. В частности, один из респондентов подчеркнул, что в основу большинства благотворительных проектов заложены технологические решения компании с предоставлением оборудования; другой респондент подчеркнул важность использования в благотворительной деятельности инфраструктуры, специально созданной компанией в регионах присутствия. В случае если компания выбирает внешнего оператора собственных благотворительных программ, планирование, координация и контроль, как правило, сохраняются за компанией.

Высокий уровень популярности партнерских программ свидетельствует об ориентации компаний на достижение синергического эффекта при использовании

ресурсов и компетенций. Некоторые компании при этом замечают, что с ростом масштаба собственные благотворительные программы постепенно «приобретают статус партнерских, т.к. в их реализацию вовлекаются множество участников – НКО, бизнес- партнеров, органов власти». При этом половина компаний-респондентов (52%) реализует партнерские программы с бизнесом, чуть более распространены проекты с участием государства (58%), а чаще всего в качестве партнеров привлекаются федеральные и региональные НКО (62% и 65% соответственно). В качестве причин масштабного использования партнерских проектов компании приводят:

- большую эффективность в силу объединения «не только финансовых ресурсов, но и управленческих возможностей и профессионального опыта»;
- большую актуальность в силу того, что «именно представители некоммерческого сектора наиболее глубоко погружены в проблемы территории, знают пути решения и отчетливо представляют вектор развития области»;
- большую масштабируемость, особенно при участии федеральных НКО;
- большой учет специфики местных сообществ в силу участия как НКО, так и органов муниципальной власти в рамках трехстороннего сотрудничества;
- более «тесный и эффективный контакт с конечными благополучателями»;
- большую устойчивость при «объединении ресурсов партнеров вокруг целеориентированных проектов в «эпоху аскетизма»;
- большую разумность и достаточность «в непростой экономической ситуации, когда особенно необходимо разумное распределение ответственности между государством, бизнесом и обществом за поддержание социальной стабильности и создание условий для дальнейшего роста».

Грантовые конкурсы как относительно независимую форму реализации корпоративной благотворительности использует чуть более половины компаний-респондентов (56%). Как правило, они проводят такие конкурсы собственными силами (31%), в меньшей степени – через корпоративный благотворительный фонд (19%) или внешнего оператора (17%). С точки зрения респондентов, формат грантового конкурса «предполагает повышение социальной активности и самостоятельности городской общественности, выявление перспективных направлений, нацеленных на долгосрочное социальное развитие и способных стать точками роста городской среды». Грантовый конкурс обеспечивает «активное вовлечение потенциальных благополучателей в социальное проектирование: чтобы подать заявку на получение гранта, необходимо четко обозначить актуальность проекта, выделить его цели и задачи, выбрать оптимальный механизм реализации проекта, проработать вовлечение аудитории и волонтеров, определить критерии оценки достигнутых результатов». В итоге «компания получает более качественные заявки на конкурс, а города – более эффективные проекты, реализованные победителями конкурса при финансовой поддержке компании». Часть компаний также отмечает фактор стабильности при анализе эффективности грантовых конкурсов: «долгосрочные гранты с системой ежегодной оценки результатов являются наиболее эффективным способом достижения позитивных изменений в обществе».

Работа с обращениями сохраняет свою относительную популярность: ее практикуют 65% компаний-респондентов (72% в 2015 и 2016 гг.). Что касается поддержки инициатив собственных сотрудников, то в 2016 г. ее оказывали 67% из них. Важно отметить, что вовлечение сотрудников в благотворительную деятельность, в том числе инициативное, весьма разнообразно. Обзор используемых компаниями инструментов благотворительной деятельности (рис. 13) показывает, что сотрудники вовлекаются в волонтерские программы (85% компаний-респондентов), сбор частных пожертвований (70%), оказание услуг pro bono как актуальный частный случай корпоративного волонтерства (38%). Компании стараются поддерживать волонтерство сотрудников для повышения вовлеченности, информированности и нематериальной мотивации. Один из респондентов даже трактует возможность участия в добровольческой деятельности как своеобразную услугу, предоставляемую предприятием своим сотрудникам. Часть компаний также считает, что внутренняя поддержка благотворительных программ помогает обеспечить их долгосрочный характер.



Рис. 13. Инструменты благотворительной деятельности

Завершая обзор форм и инструментов благотворительной деятельности, стоит отметить, что, несмотря на общую тенденцию к преимущественной ориентации на долгосрочные программы и проекты, они редко являются однозначно и навсегда определенными. Они могут меняться, «так как меняется общеэкономическая ситуация, могут появляться новые предпосылки/знания/формы решения проблем, которые потенциально могут усилить эффект от программы и/или способствовать ее дальнейшему развитию».

Принципы финансирования благотворительной деятельности

Выделение средств на реализацию благотворительной деятельности, реализуемой в соответствующих направлениях и формах, во многом определяется

принятыми в компаниях принципами финансирования (рис. 14). Бюджет на благотворительную деятельность большинством компаний-респондентов определяется в рамках фиксированной суммы на год (85%). Согласно полученным ответам на соответствующий вопрос анкеты, пересмотр бюджета каждый год может происходить в зависимости от:

- суммы расходов прошлых лет;
- финансовых показателей компании в предыдущем году;
- изменения внешней экономической конъюнктуры;
- наличия новых благотворительных программ или планов расширения/сокращения существующих;
- наличия планируемого софинансирования со стороны партнеров;
- результатов обратной связи по факту реализации существующих программ;
- данных региональных и местных бюджетов, планов социально-экономического развития регионов, комплексных инвестиционных планов диверсификации моногородов;
- соглашений с органами власти регионов присутствия, с органами местного самоуправления, некоммерческими организациями;
- численности сотрудников и уровня социально-экономического развития территории;
- предложений и запросов ключевых заинтересованных сторон.

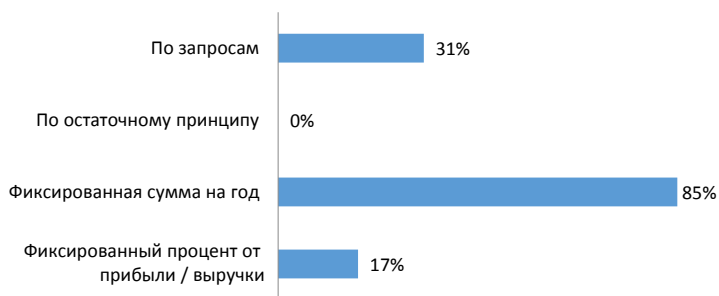


Рис. 14. Принципы формирования благотворительного бюджета

Помимо фиксированного бюджета, около трети компаний предполагает возможность выделения дополнительных средств под конкретные запросы или в случае чрезвычайных ситуаций (в частности, стихийных бедствий, необходимости срочного лечения). При этом расходы на благотворительность почти всегда производятся в денежной форме (91% компаний-респондентов), в меньшей степени – в натуральной (60%) и только в четверти случаев (25%) – в формате предоставления услуг компании или времени сотрудников. Административные расходы на ведение благотворительной деятельности при этом учитывает 53% компаний.

УПРАВЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬЮ

Проведенное исследование позволяет констатировать, что подавляющее число компаний-респондентов имеет формализованные стратегии корпоративной благотворительности, отраженные в соответствующих корпоративных документах. Подобная стратегия отсутствует лишь в одной компании, что подтверждает устойчивость стратегического подхода к корпоративной благотворительности, сложившегося в последние годы. Выстраивание целостной системы, содержащей в себе обоснованные и адресные цели и задачи, направления и формы их реализации, а также средства достижения, обеспечивает не только стратегическое управление самой благотворительной деятельностью, но и корректность ее встраивания в общую корпоративную стратегию.

Данные по управлению корпоративной благотворительностью демонстрируют зафиксированную в предыдущие годы тенденцию углубления профессионализации корпоративной филантропии. Число специальных подразделений по управлению благотворительными программами и корпоративных благотворительных фондов сопоставимо с прошлым годом, в этом году составив 63% и 37% соответственно. Более того, у 21% компаний управление благотворительной деятельностью происходит одновременно как через благотворительный фонд, так и через специальное подразделение.

В этом году доля компаний, отметивших наличие отдельного сотрудника по реализации корпоративной благотворительности, выросла на 13% по сравнению с прошлым годом. При этом, анализируя данные по компаниям, в которых благотворительная деятельность входит в полные или частичные обязанности отдельных сотрудников, важно обратить внимание, что большинство компаний отмечали несколько вариантов ответов. Лишь 13% компаний указали, что управление корпоративной благотворительностью составляет часть обязанностей сотрудника, не входящего при этом ни в специальное подразделение, ни в корпоративный фонд. В 6% компаний благотворительную деятельность курирует только один работник, а еще 4% отмечают и наличие профильного сотрудника, и включение благотворительной деятельности в часть обязанностей сотрудников.

В опрошенных компаниях функции по осуществлению благотворительной деятельности могут выполнять различные подразделения компании: отдел корпоративных коммуникаций, департамент GR или HR. Почти четверть участников опроса (23%) отметили, что в их компаниях за благотворительную деятельность отвечает департамент связей с общественностью, в то время как у 15% компаний есть департамент или управление корпоративной социальной ответственности (КСО).

Согласно полученным данным, в среднем в опрошенных компаниях около 12 сотрудников профессионально заняты в корпоративной благотворительности. Однако наблюдается существенный разброс в показателях – от одного сотрудника до 80. В одной компании, которая не учитывалась при подсчете среднего числа сотрудников, в корпоративной филантропии профессионально работают более 110 работников. Три

участника опроса затруднились ответить на вопрос, что связано, возможно, с частичной занятостью сотрудников в управлении корпоративной благотворительностью.



Рис. 15. Органы управления корпоративной благотворительностью

Другим аспектом вопроса по управлению процессами корпоративной филантропии является вовлеченность стейкхолдеров на различных этапах. В 85% компаний в разработку стратегии социальных инвестиций вовлекаются владельцы и акционеры компаний. Значительно в меньшей степени в процесс вовлечены представители власти (38%) и местные сообщества (37%). Около трети компаний привлекают к разработке стратегии НКО и сотрудников компании (по 35%).



Рис. 16. Взаимодействие со стейкхолдерами на этапе разработки стратегии

Роль НКО существенно повышается на этапе разработки и планировании отдельных благотворительных программ – чуть больше 80% компаний отмечают такое

сотрудничество. Сопоставима роль в разработке проектов сотрудников компаний (71%) и представителей властей (69%), несколько опережая показатель по взаимодействию с благополучателями (65%) и чуть больше – с местными сообществами (56%).



Рис. 17. Взаимодействие со стейкхолдерами на этапе разработки стратегии

Интересными являются данные по вовлечению тех или иных групп на этапе реализации программ и акций, поскольку ключевым стейкхолдером оказываются сотрудники: для 94% компаний именно они стали ключевой целевой аудиторией. Чуть реже респонденты указывали вовлечение благополучателей (85%) и НКО (85%), а также местные сообщества (73%).



Рис. 18. Взаимодействие со стейкхолдерами на этапе реализации отдельных программ

При подведении итогов и проведении оценки отдельных программ компании наиболее активно взаимодействуют с представителями СМИ (73%) и сотрудниками (71%). В то время как сопоставимы показатели по сотрудничеству с благополучателями (67%), представителями власти (65%) и НКО (63%), лишь для половины компаний (52%) взаимодействие с местными сообществами является неотъемлемой частью оценки благотворительных программ.



Рис. 19. Взаимодействие со стейкхолдерами на этапе подведения итогов, оценки отдельных программ

При этом, отмечая приоритетных стейкхолдеров в осуществлении благотворительной деятельности в целом, респонденты указывают сотрудников (95%), благополучателей (91%), НКО (87%), акционеров (87%) и местные сообщества (81%). Интересным является тот факт, что из всех опрошенных участников только половина смогла указать одного ключевого стейкхолдера, и среди них – акционеры (15%), местные сообщества (15%) и благополучатели (13%). Однако, как видно из выше представленных данных, позиционирование этих стейкхолдеров в качестве ключевых не является общим трендом для компаний и не транслируется в процесс разработки и реализации благотворительных программ.

Что касается взаимодействия с международными организациями, этот показатель довольно стабилен (в среднем около 24%) на всех этапах реализации благотворительной деятельности. В основном данное взаимодействие указывают либо представительства крупных международных компаний, ведущих свою деятельность в России, либо российские компании, акции которых размещены на бирже.

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА

Запрос на повышение информационной открытости всего благотворительного сообщества не игнорируется и бизнес-организациями. Их участие как в самом конкурсе, так и в различных тематических мероприятиях – конференциях, семинарах – говорит о готовности публично представлять аспекты своей социальной и благотворительной деятельности, включая раскрытие благотворительных бюджетов и приоритетных направлений финансирования. Так, в прошлом году из 60 компаний 54 раскрыли размеры своих вкладов на нужды благотворительности, а в данном исследовании 46 участников из 52. Таким образом, шесть компаний вновь не смогли озвучить размер социальных инвестиций.

Вместе с тем совокупный объем расходов компаний, участвующих в проекте, на благотворительную деятельность увеличился более чем в два раза. Таким образом, 46 компаний в 2016 году инвестировали почти 43,9 млрд рублей.

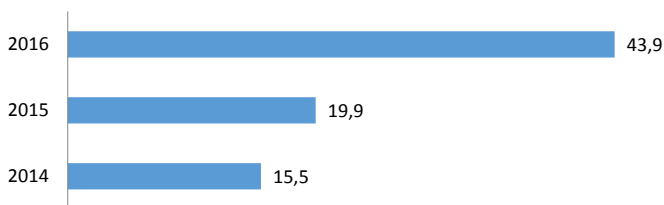


Рис. 20. Совокупные благотворительные бюджеты участников проекта, млрд руб.

Максимальный объем финансирования в исследовании прошлого года был заявлен компанией ПАО «ГМК «Норильский никель» и составил 7 млрд руб., что на тот момент являлось наивысшим показателем за все годы проведения опроса. В этом году сразу две компании превысили эти показатели. Бюджет социальных инвестиций компании АЛРОСА составил 11 млрд руб., а ПАО «ГМК «Норильский никель» – 10,9 млрд руб. Таким образом, почти половину консолидированного бюджета составили инвестиции двух компаний.

Одним из наиболее структурированных источников информации о благотворительной деятельности бизнеса является нефинансовая отчетность. Более того, сам процесс подготовки отчетности позволяет компаниям проанализировать информацию и процессы, что способствует росту эффективности. Поэтому многие компании-участники проекта уже имеют устоявшуюся практику публикации такой отчетности.

Всего шесть участников исследования из 52 заявили о том, что не составляли ни одного вида публичной нефинансовой отчетности за 2016 год. Преимущественно это относительно не крупные игроки региональных рынков, а также дебютанты конкурса. Индивидуальные отчеты по отдельным программам делают 23%, чуть больше (27%) составляют моноотчеты в области благотворительной деятельности и социальных инвестиций. Еще четыре участника конкурса отметили, что составляют все три варианта отчетов.



Рис. 21. Подготовка публичной нефинансовой корпоративной отчетности

Более половины компаний (52%) используют при подготовке стандартизированные системы, преимущественно участники называют GRI и ЦУР ООН. Вместе с тем далеко не все представители крупного бизнеса находят целесообразным использование стандартов: 19 респондентов (37%) заявили, что составляют нефинансовые отчеты в свободной форме. Примечательно, что среди них есть и международные компании.

На протяжении последнего десятилетия на всех профессиональных площадках обсуждался вопрос: как мотивировать средства массовой информации писать о социальных проектах бизнеса. Активная социальная деятельность, поддержка и узнаваемость со стороны местных сообществ приобретают все большую значимость в формировании общего имиджа компании, несмотря на то, что по-прежнему можно услышать о политике нераспространения информации той или иной организации о благотворительной деятельности. Внимание участников конкурса к целенаправленному PR-сопровождению корпоративной благотворительности отражается и в статистике: 60% респондентов отметили, что готовят специальный план (программу) системного PR-сопровождения корпоративной благотворительной деятельности и проектов. Еще 27% освещают свои социальные программы и мероприятия в русле общей PR-стратегии, но отдельного плана освещения социальной деятельности при этом не разрабатывают. Лишь двое участников указали, что не сопровождают свои социальные инициативы PR-поддержкой.

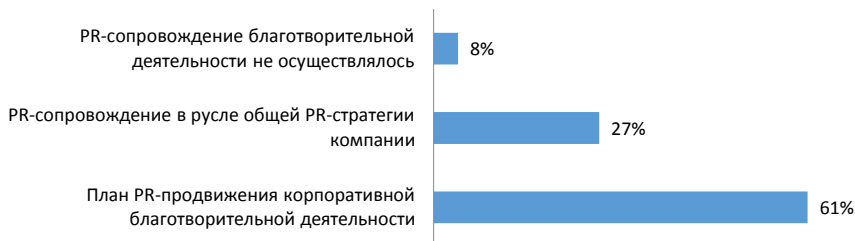


Рис. 22. PR-сопровождение корпоративной благотворительной деятельности

В этой связи исследование влияния социальных проектов на информационное поле компании становится повседневной практикой: его использует 61% компаний, из которых 15% проводят мониторинг СМИ после отдельных мероприятий и 8% готовят и периодические, и пост-проектные PR-исследования.

Важным стейкхолдером благотворительной деятельности компаний являются их сотрудники, поэтому в этом году в анкете появился отдельный вопрос, касающийся каналов распространения информации о социальных проектах и программах среди данной аудитории. Многие компании (90%) для информирования сотрудников о планах и результатах социальной деятельности используют корпоративный сайт, при этом сайт как средство информирования внешней аудитории указывали даже чуть реже (87%). Внутренние рассылки и офисные пространства и стенды задействуют для этих целей по 86%, уделять этим вопросам время на собраниях работников готовы 73% опрошенных компаний.



Рис. 23. Внешние каналы распространения информации о благотворительной деятельности

В отношении работы с внешней аудиторией стоит отметить, что компании прикладывают все больше усилий для расширения своего присутствия в социальных сетях: в 2016 году уже 79% участников исследования отметили, что использовали этот инструмент для распространения информации о своей социальной деятельности, при этом чаще других указывались Facebook, ВКонтакте, Instagram. Информация на собственных страницах и ресурсах сотрудниками компаний обновляется еженедельно и чаще. Новости в СМИ выпускаются в среднем ежемесячно.

Интересно, что в этом году участники реже указывали на использование традиционных печатных СМИ (на 10% по сравнению с прошлым годом). Таким образом, почти четверть компаний не рассматривает прессу в качестве источника информации о собственной социальной деятельности.

Большинство компаний достаточно активно посещают профессиональные дискуссионные площадки: лишь одна организация в 2016 году не принимала участия ни в одном публичном мероприятии на данную тему. Для представления своих социальных программ эти площадки используют три четверти участников конкурса. Растет не только уровень вовлеченности членов сообщества в работу профильных мероприятий, но и уровень их активности: все чаще компании готовы инициировать собственные мероприятия или выступать соорганизатором на условиях партнерства. Так, 63% респондентов (+10% по сравнению с 2015 г.) уже формируют повестку «из президиума»: модерерируют или выступают в качестве экспертов. Наиболее популярны у участников исследования конференции по благотворительности АМР, РСПП, Форума Доноров, газеты «Ведомости», РБК, бизнес-школы «Сколково» и МИРБИС.

Важно отметить тенденцию к большей публичности бизнеса в отношении социальной деятельности, а также росту активности компаний, в том числе готовность делиться опытом и рассказывать о проектах.

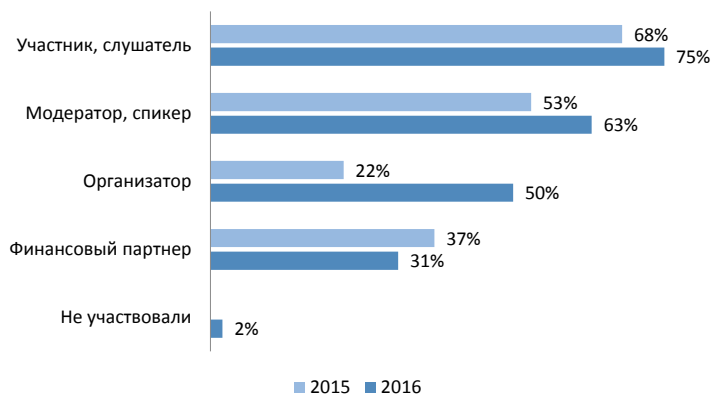


Рис. 24. Участие в публичных мероприятиях, посвященных корпоративной социальной ответственности

Для представления своих социальных программ эти площадки используют три четверти участников конкурса. Растет не только уровень вовлеченности членов сообщества в работу профильных мероприятий, но и уровень их активности: все чаще компании готовы инициировать собственные мероприятия или выступать соорганизатором на условиях партнерства. Так, 63% респондентов (+10% по сравнению с 2015 г.) уже формируют повестку «из президиума»: модерерируют или выступают в качестве экспертов. Наиболее популярны у участников исследования конференции по благотворительности АМР, РСПП, Форума Доноров, газеты «Ведомости», РБК, бизнес-школы «Сколково» и МИРБИС. В целом можно отметить тенденцию к большей публичности бизнеса в отношении социальной деятельности, а также росту активности компаний, в том числе, готовность делиться опытом и рассказывать о своих программах и проектах.

СТАТУС И РОЛЬ ОЦЕНКИ В КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

В 2016 г. использование оценки в управлении благотворительными программами и проектами продолжало оставаться в центре внимания донорского сообщества, неотъемлемой частью которого являются компании, осуществляющие свои благотворительные программы и программы социальных инвестиций. Обсуждение и анализ подходов к оценке и практикам ее проведения проводились как собственными усилиями компаний в рамках работы круглых столов, рабочих групп, профессиональных форумов, а так же были представлены на ежегодной конференции Форума Доноров и национальной конференции по оценке «Оценка и развитие», проводившейся Ассоциацией специалистов по оценке программ и политик.

Так же как и в предыдущие годы, процент компаний, использующих оценку в качестве инструмента управления благотворительной деятельностью, продолжал оставаться стабильно высоким (рис. 25). Подобную оценку проводят 94% компаний-респондентов. При этом значительная часть компаний, участвующих в конкурсе «Лидеры корпоративной благотворительности», а именно 62% отметили, что они «проводят комплексную оценку своей благотворительной деятельности на систематической основе», тогда как еще 10% их коллег тоже делают это, но «на нерегулярной основе».

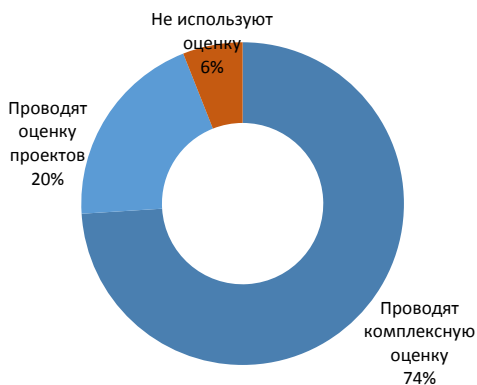


Рис. 25. Использование оценки в практике корпоративных доноров

В числе документов, регламентирующих осуществление благотворительной деятельности, в 2016 г. впервые появились такие, как «Регламент о проведении мониторинга и оценки социальных проектов компании» и «Форма оценки потребностей». Подавляющее большинство участников указали, что данная деятельность в практике их компаний регулируется «Стратегией благотворительной деятельности» и «Положением о благотворительной деятельности». Чаше, чем в предыдущие годы компании используют для этой цели и договоры с грантополучателями, в приложениях к которым содержатся планы мониторинга проектов и ссылки на необходимость проведения оценки проектов, получивших поддержку.

Расходы на проведение оценки благотворительной деятельности в бюджет закладывают далеко не все компании, положительно ответившие на вопрос о проведении оценки, как таковой (рис. 26). Данная тенденция остается неизменной на протяжении последних нескольких лет. В то же время, если проводить сравнение с предыдущим 2015 г., то число компаний, бюджетизирующих расходы на этот вид деятельности, выросло почти на 10% и составило 46%, тогда как год назад их было 37% от общего числа участников конкурса. Таким образом, можно сделать вывод, что процесс институционализации оценки в практике управления корпоративной благотворительности продолжает развиваться и набирать обороты.



Рис. 26. Наличие в компаниях выделенного бюджета на оценку благотворительной деятельности

По аналогии с предыдущими периодами большинство компаний, предусматривающих подобные расходы в своем бюджете, осуществляют свою корпоративную деятельность через специальные подразделения, а не через корпоративные благотворительные фонды, хотя логично было бы предположить, что именно последние должны располагать ресурсами и потенциалом для использования оценки в качестве инструмента управления благотворительными программами.

Судя по информации, представленной компаниями-респондентами, в 2016 г. они стали реже обращаться к услугам внешних экспертов для проведения оценки своих программ и проектов (рис. 27). Впрочем, рассмотрение ситуации за период с 2014 г. позволяет судить скорее о возвращении к исходному уровню (52% компаний-респондентов в 2014 г., 68% в 2015 г., и 53% в 2016 г.). В то же время палитра организаций и институтов, к которым компании обращались за такого рода услугой, значительно расширилась. В их число помимо представителей профессионального сообщества оценщиков вошли, например, местные университеты, а так же аудиторские компании и представители местного сообщества.



Рис. 27. Практика привлечения внешних экспертов

Важно отметить, что компании-респонденты используют различные виды оценки как инструмент управления своими благотворительными программами и проектами (рис. 28). Чаще всего в 2016 г. компании обращались к оценке результативности (73%) и оценке процесса (73%). Такое внимание к последнему типу может быть объяснено характером программ и проектов, реализуемых при поддержке корпоративных доноров: обычно это либо многолетние программы, либо программы, имеющие достаточно широкую географию. При этом измерители, используемые большинством компаний, скорее характеризуют масштаб осуществляемой благотворительной деятельности, а не ее результативность. В их числе «количество благополучателей программы/проекта», «количество проведенных мероприятий», «количество реализованных проектов», «количество городов, на территории которых была реализована программа».



Рис. 28. Виды оценки, используемые корпоративными донорами

Сравнивая ответы, полученные на вопрос об используемых видах оценки с результатами прошлых лет, необходимо отметить, что уровень используемости большинства видов оценки вернулся к тому, что можно было наблюдать два года назад (рис. 29). На том же уровне, что и в предыдущие два года осталась востребованность компаниями оценки экономической эффективности поддерживаемых ими программ

и проектов, к которой обратились более трети всех компаний, участвовавших в конкурсе. Единственное исключение составляет оценка социального воздействия, использование которой в 2016 г. отметили 62% компаний против 45% в 2014 г.

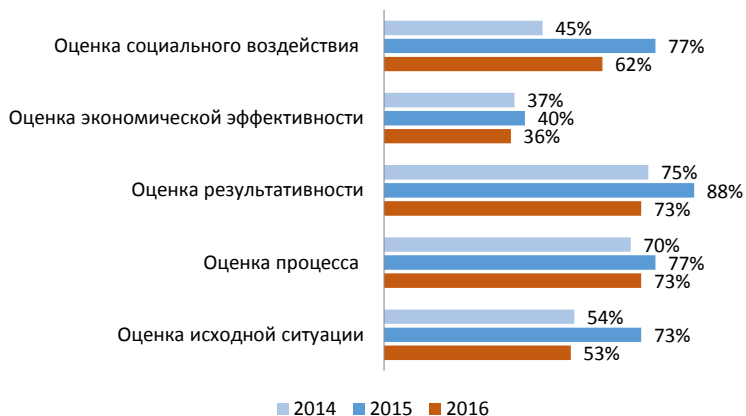


Рис. 29. Виды оценки, используемые корпоративными донорами, 2014-2016 гг.

В качестве основных измерителей, позволяющих отследить достижение желаемого позитивного воздействия, большинство компаний используют «количество благополучателей, чья ситуация улучшилась в результате реализации проекта», «количество проектов, которые продолжили деятельность по окончании финансирования» и «количество сотрудников компании, на которых программа оказала положительное влияние». Отдельные компании пошли еще дальше и разработали достаточно сложные измерители, такие, например, как «индексы обеспеченности и доступности социальной инфраструктуры и услуг (спорт, культурные услуги)», «уровень заболеваемости в регионе» и т.д.

Большая часть компаний, принимавших участие в конкурсе, использует данные, полученные в ходе оценки, для своей корпоративной публичной нефинансовой отчетности (65%). Со средствами массовой информации результатами оценки делятся порядка 50% компаний-респондентов. Как правило, это позволяет лучше донести до ключевых стейкхолдеров информацию о том, во что компании инвестируют в социальной сфере и к каким результатам это приводит.

Стараясь сделать результаты оценки максимально полезными для разных заинтересованных сторон, компании продолжают обращаться к продуктам разной степени интерактивности: экспертным заключениям, отчетам по оценке, видео и фотоотчетам, а так же устным презентациям (рис. 30). Последние вошли в число продуктов-лидеров. Данной формой трансляции информации о результатах оценки воспользовались более 70% компаний, проводивших оценку в 2016 г.

На второе место вышли видео и фотоотчеты, опередив такую форму предоставления информации как отчет. Это созвучно общему тренду развития оценки в донорском сообществе, когда результаты оценки необходимо доносить до тех, кто принимает решения, максимально быстро, помогая им понять основные выводы по вопросам оценки и определиться с дальнейшим развитием той или иной программы.



Рис. 30. Продукты, полученные по результатам оценки

Как показало проведенное исследование, компании в разной степени привлекают своих стейкхолдеров к обсуждению результатов проведенной оценки (рис. 31). На первом месте оказались представители органов власти (58%). Одним из возможных объяснений этой ситуации может быть то, что оценка позволяет достаточно аргументировано и объективно продемонстрировать органам власти, какой вклад и с каким эффектом имеет корпоративная благотворительность на благосостояние и развитие местных сообществ и социально-экономической среды в регионах присутствия компаний. Хорошей практикой, набирающей популярность, становится обсуждение результатов оценки с непосредственными благополучателями (48%). Такого рода взаимодействие позволяет не только повысить информированность благополучателей о результатах деятельности с точки зрения компании-донора, но так же работает на развитие потенциала оценки в НКО-получателях помощи, продвигая культуру систематического анализа выполненной деятельности и ее улучшения.

Интересно так же отметить, что представители компаний-респондентов были в гораздо меньшей степени готовы обсуждать результаты оценки со своими коллегами по цеху — менеджерами КСО других компаний (40%), несмотря на то, что тема оценки, как было указано выше, входила в повестку практически всех профессиональных форумов и конференций. Еще одним аспектом, заслуживающим отдельного упоминания, является то, насколько часто компании вовлекали в обсуждение результатов оценки представителей международных организаций. С данной группой стейкхолдеров обсуждения проводили менее четверти всех участников конкурса (23%), несмотря на то, что тема вклада компаний в достижение Целей Устойчивого Развития ООН набирала популярность и также находилась в центре внимания многочисленных профессиональных мероприятий.

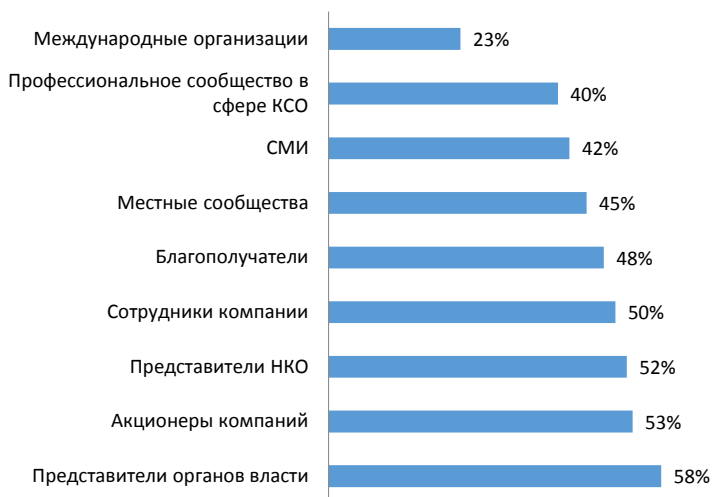


Рис. 31. Участие заинтересованных сторон в обсуждении результатов оценки

И, наконец, необходимо подчеркнуть, что результаты оценки благотворительной деятельности использовались компаниями-респондентами для самых разнообразных целей — от информирования заинтересованных сторон до планирования бюджета на следующий период и оценки работы менеджмента отдельных программ и проектов (рис. 32).



Рис. 32. Практики использования результатов оценки

Так же как и в предыдущие годы, результаты оценки в 2016 г. чаще всего использовались для повышения эффективности программ (85%) и информирования стейкхолдеров о результатах программы или проекта (73%). Чаще, чем раньше, компании стали использовать результаты оценки для позиционирования компании как социально-ответственного бизнеса (70%). В 2016 г. данная практика заняла устойчивое третье место наряду с «включением в отчетность» и «планированием бюджета». Реже всего результаты оценки использовались для анализа работы практик управления программами (45%) .

Проведенное исследование позволяет сделать вывод, что основные тенденции развития корпоративной благотворительности в России, выявленные в аналитических обзорах проекта «Лидеры корпоративной благотворительности» 2014-2016 гг., в целом сохраняют свое действие, хотя и дополняются некоторыми новыми характеристиками. Большая часть компаний-респондентов имеют формализованные стратегии корпоративной благотворительности, в возрастающей степени ориентированной на создание не только социальной, но и «разделяемой (общей)» ценности. Компании активно взаимодействуют с заинтересованными сторонами, причем возрастает роль сотрудников, в том числе — через их участие в корпоративном волонтерстве. Основными направлениями корпоративной благотворительности, соотносимыми с ЦУР ООН, адаптированными для Российской Федерации, остаются образование, социальная защита и развитие местных сообществ. Компании-респонденты по-прежнему предпочитают реализовывать собственные благотворительные программы, хотя роль межсекторного взаимодействия устойчиво возрастает. Управление корпоративной благотворительностью становится все более профессиональным, что, в свою очередь, выражается в усилении взаимодействия с заинтересованными сторонами и повышении информационной открытости. Оценка благотворительной деятельности постепенно превращается в атрибут целостной системы управления корпоративной благотворительностью.

РАЗДЕЛ 2 РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА

МЕТОДОЛОГИЯ

Методология исследования разработана экспертами сети аудиторско-консалтинговых фирм PwC и Ассоциации грантодающих организаций «Форум Доноров» специально для проекта.

ЭТАПЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1. На первом этапе идет сбор и анализ количественных показателей из заполняемых участниками анкет.

2. На втором этапе качественные данные анализируются членами экспертного жюри. Используется система ранжирования с автоматическим расчетом результатов.

КРИТЕРИИ БАЛЛОВОЙ ОЦЕНКИ

Критерии делятся на две группы:

- 1) оценка содержания и качества (85 %),
- 2) общее мнение жюри (15 %).

СОДЕРЖАНИЕ И КАЧЕСТВО

Уровень содержания и качество программ определяют 85 % балловой оценки. Критерии делятся на 5 групп, каждая из которых приносит соответствующее количество баллов:

- финансовые показатели (10 %),
- концепция и стратегия (20 %),
- управление и процессы (20 %),
- результаты и перспективы (20 %),
- информационная политика (15 %).

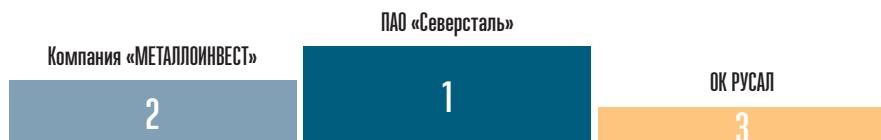
Мнение жюри составляет 15 % от общей балловой оценки.

Ответы на некоторые вопросы анкеты и многие комментарии не подлежат непосредственной оценке баллами, но оказывают влияние на общее мнение жюри о качестве благотворительной деятельности компании.

В результате каждой компании выставляется итоговый балл, который формирует рэнкинг.

ИТОГИ

ОБЩИЙ РЭНКИНГ



Список участников проекта «Лидеры корпоративной благотворительности – 2017»

Efes Rus	Волжский трубный завод	ПРОТЕК
JTI	Газпром нефть	Ростелеком
KPMG	ДИКСИ	Русская медная компания
LG Electronics Rus	Детский мир	Русский Стандарт
Mail.Ru Group	ЕВРАЗ	Северсталь
Mars	ЕвроХим	СИБУР
МАУКОР	ИКЕА	Синарский трубный завод
P&G	Компания HEINEKEN в России	Ситибанк
PepsiCo Россия	Компания Mary Kay®, Россия	АО «СУЭК»
Samsung Electronics Russia	МегаФон	ТАГМЕТ
Sodexo	МЕТАЛЛОИНВЕСТ	Титан
Unilever	МТС	Трубная металлургическая компания
АЛРОСА	Норильский никель	УРАЛХИМ
Амвэй	ОК РУСАЛ	Филип Моррис
Арконик Россия	ОМК	Интернэшнл
АФК «Система»	РПК «ПрессКорп»	ФосАгро
АШАН	Орский машиностроительный завод	Эксон Нефтегаз Лимитед
Банковская группа ЗЕНИТ		ЮниКредит Банк

НОМИНАЦИИ

«Лучшая программа (проект), способствующая развитию инфраструктуры деятельности некоммерческих организаций, благотворительности и добровольчества в регионе присутствия компании»

Партнер номинации: Министерство экономического развития Российской Федерации



«Лучшая программа (проект), раскрывающая политику и принципы социальных инвестиций компании»

Партнер номинации: Российский союз промышленников и предпринимателей



«Лучшая программа (проект), способствующая развитию волонтерства в России»

Партнер номинации: Ассоциация менеджеров



«Лучшая программа (проект), способствующая развитию образования в России»

Партнер номинации: Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета



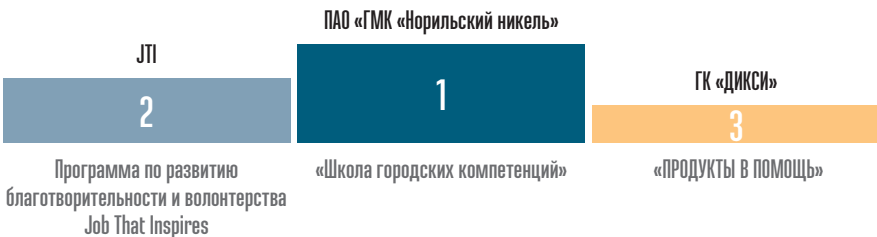
«Лучшая программа (проект), направленная на поддержку современного искусства и культуры в России»

Партнер номинации: Музей современного искусства «Гараж»



«Лучшая программа (проект), направленная на продвижение идей благотворительности в обществе»

Партнер номинации: Центр «Благосфера»



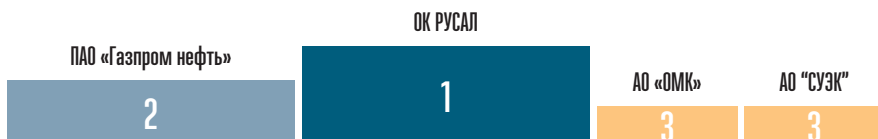
«За подход к оценке социальных результатов благотворительных проектов и программ»

Партнер номинации: АНО «Эволюция и Филантропия»



«Информационная открытость благотворительной деятельности»

Партнер номинации: Агентство социальной информации



«Лучшая программа (проект) в сфере экологии»



СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРИЗЫ

Специальный приз
газеты «Ведомости»
«За наибольший прогресс»
Русская медная компания

Специальный приз
сети аудиторско-
консалтинговых фирм PwC
«Концепция и стратегия
корпоративной
благотворительности»
ПАО «Ростелеком»

Специальный приз
АГО «Форум Доноров»
«Эффективность
управления
благотворительными
программами»
АО «СУЭК»

ТОП-10 РЭНКИНГА 2017

1. ПАО «Северсталь»
2. Компания «МЕТАЛЛОИНВЕСТ»
3. ОК РУСАЛ
4. ПАО АФК "Система"
5. ПАО «Ростелеком»
6. ПАО «Газпром нефть»
7. ЛТ
8. Аффилированные компании «Филип Моррис Интернэшнл» в России
9. ПАО «МТС»
10. ПАО «ГМК «Норильский никель»

ЧЛЕНЫ ЖЮРИ И ЭКСПЕРТЫ



Ольга Башкирова
Генеральный директор
Благотворительного фонда
«РЕНОВА»



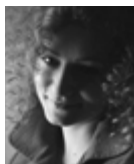
Александра Болдырева
Исполнительный директор
Форума Доноров



Юрий Благов
Директор Центра КСО им.
ПрайсвотерхаусКуперс,
ВШМ СПбГУ



Александр Вихров
Советник Фонда
региональных социальных
программ «Наше будущее»



Ирина Вдовенко
Руководитель программ
Форума Доноров



Светлана Герасимова
Директор департамента
партнерских проектов
Института МИРБИС



Наталья Гончар
Начальник отдела социальной
деятельности «Сахалин Энерджи
Инвестмент Компани Лтд.»



Екатерина Дмитриенко
Координатор программы КСО PwC
в России



Ольга Евдокимова
Директор АНО «Эволюция и
Филантропия»



Ирина Ефремова-Гарт
Руководитель направления
«Корпоративное гражданство и
корпоративные отношения», IBM
Россия и СНГ



Наталья Каминарская
Директор центра «Благосфера»



Вадим Ковалев
Первый заместитель
исполнительного директора
Ассоциации менеджеров



Галина Копылова
Советник Управления по корпоративной ответственности, устойчивому развитию и социальному предпринимательству РСПП



Марианна Максимовская
Вице-президент группы компаний «Михайлов и Партнёры»



Ирина Мерсиянова
Директор Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ



Марина Михайлова
Программный директор Благотворительного фонда Сбербанка «Вклад в будущее»



Мария Мокина
Заместитель директора Дирекции регионального вещания и спецпроектов ОТР



Юлиана Петрова-Вербицкая
Редактор рубрики «Карьера и менеджмент» газеты «Ведомости»



Алла Петрова-Лемачко
Заместитель директора по развитию и работе с благотворителями Свердловской государственной филармонии



Дмитрий Поликанов
Президент Фонда поддержки слепоглухих «Со-единение»



Олеся Полянская
Директор по коммуникациям Союза профессиональных фармацевтических организаций



Юлия Ракчеева
Советник Департамента стратегического развития и инноваций Минэкономразвития России



Татьяна Сейфи
Начальник отдела по взаимодействию с СО НКО управления общественных связей главного управления внутренней политики Губернатора и Правительства Хабаровского края



Николай Слабжанин
Исполнительный директор РК «Детские деревни-SOS»



Игорь Соболев
Заместитель председателя
Комитета общественных связей
города Москвы



Андрей Тополев
Содиректор Агентства социальной
информации (АСИ)



Елена Феоктистова
Управляющий Директор
по корпоративной
ответственности, устойчивому
развитию и социальному
предпринимательству РСПП



Юлия Ходорова
Ведущий консультант по развитию
Фонда поддержки и развития
филантропии «КАФ»



Наталья Хонякова
Профессор международной школы
КСО Европейского университета в
Санкт-Петербурге



Артем Шадрин
Директор Департамента
стратегического развития
и инноваций Минэкономразвития
России

ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ НОМИНАЦИИ «ЛУЧШАЯ ПРОГРАММА (ПРОЕКТ) В СФЕРЕ ЭКОЛОГИИ»



Сергей Бобылев
Зав.кафедрой экономики
природопользования, профессор,
д.э.н. Экономический факультет
МГУ им. М.В.Ломоносова,
Заслуженный деятель науки РФ



Ангелина Давыдова
Журналист, эксперт Русско-
немецкого бюро экологической
информации, преподаватель СПбГУ,
участник переговорного процесса
ООН в области изменения климата



Наталья Зайцева
Руководитель Лаборатории
устойчивого развития бизнеса,
Московская школа управления
СКОЛКОВО



Георгий Сафонов
Директор Центра экономики
окружающей среды и природных
ресурсов НИУ ВШЭ

О ПОБЕДИТЕЛЯХ РЭНКИНГА

Екатерина Лёвшина

По мнению экспертов исследования, компаниями, в наибольшей степени соответствующими критериям конкурса и продемонстрировавшими лучшие практики в благотворительной деятельности в 2016 году, стали:

1. ПАО «Северсталь»
2. Компания «МЕТАЛЛОИНВЕСТ»
3. ОК «РУСАЛ»

Каждая из этих трех компаний уже неоднократно входила в ТОП-10 «Лидеров корпоративной благотворительности», представляла на конкурс программы корпоративной филантропии, которые высоко оценивались экспертами и становились победителями и лауреатами специальных номинаций. В 2016 году последовательность и системность в социальной политике, приверженность высоким стандартам социальной ответственности бизнеса, а также применение инновационных подходов к улучшению социального климата в регионах присутствия позволили им стать победителями рэнкинга.

ПАО «Северсталь»

«Северсталь» – один из постоянных участников исследования «Лидеров корпоративной благотворительности», с самого старта проекта в 2008 году. Компания почти каждый год входила в «ТОП-10» рэнкинга, а два раза – в 2013 и 2015 годах – занимала в нем 1-е место. По результатам своей благотворительной деятельности в 2016 году «Северсталь» снова признана лидером исследования.

I. Подход к благотворительной деятельности компании

«Северсталь» ведет активную благотворительную деятельность с момента создания компании в 1993 году, как в регионах своего присутствия, так и на федеральном уровне. При этом приоритеты социальной политики и благотворительной деятельности сохраняются неизменными. Это такие направления, как промышленная безопасность, охрана труда и защита окружающей среды, развитие и социальная поддержка персонала, а также содействие социально-экономическому развитию регионов присутствия. Приоритеты были выбраны по нескольким параметрам, работа по ним ведется на системной основе, в соответствии со стратегией устойчивого развития компании и долгосрочными программами социально-экономического развития территорий присутствия, в партнерстве с региональными и локальными органами государственной власти, местными сообществами и СМИ.

В своей благотворительной деятельности как части КСО-стратегии «Северсталь» привержена принципам устойчивого развития в соответствии с лучшими международными стандартами. Основная цель – поддержка стратегии развития компании через создание благоприятной социально-экономической атмосферы в регионах ее присутствия, что отражено и в девизе «Северстали» – «Достичь большего вместе».

Политика и стратегия ведения благотворительной деятельности компании регламентируются внешними (*Корпоративная политика социальной ответственности компании, Корпоративная политика в области управления внешними социальными программами, Документы корпоративного благотворительного фонда «Дорога к дому и др.*) и внутренними (*Корпоративный стандарт управления спонсорской и благотворительной деятельностью компании «Северсталь»*) документами. Они находятся в открытом доступе на сайте компании.

В своей благотворительной деятельности «Северсталь» поддерживает целый спектр направлений. В 2016 году компания работала по 14 из предложенных в анкете конкурса 19 направлениям, оказывая помощь многим группам благополучателей, среди которых дети, находящиеся в трудной жизненной ситуации; семьи, молодежь и учащиеся, ветераны и люди с инвалидностью, предприниматели, местные жители, организации и другие.

Все программы и проекты компании направлены на инициирование и поддержку долговременных позитивных изменений в регионах присутствия. Один из проектов компании – Агентство городского развития Череповца – может быть по праву назван первой в России ролевой моделью по диверсификации экономики в моногородах. Основные цели Агентства – создание благоприятных условий, способствующих устойчивому функционированию и развитию малых и средних предприятий (МСП) для повышения эффективности и социальной направленности экономики города, обеспечивающих социальную стабильность, создание новых возможностей занятости населения. Проект реализуется в Череповце, Вологодской области и Костомукше. С момента создания Агентства по 2016 год включительно уже было создано более 5 000 субъектов МСП, появилось около 10 000 новых и сохранено более 8 000 рабочих мест. Этот успешный опыт послужил основой для создания компанией «Норильский Никель» Агентства городского развития на Таймыре в 2016 году.

С 2010 года благодаря поддержке компании «Северсталь» в Череповце и Вологодской области работает Инвестиционное агентство «Череповец». Программы одного из самых динамично развивающихся отечественных инвестиционных агентств проработаны до 2035 года.

Визитной карточкой благотворительной деятельности компании «Северсталь» по праву признана программа «Дорога к дому», которая реализуется одноименным корпоративным фондом в партнерстве с Министерством экономического развития РФ, «Фондом поддержки детей в трудной жизненной ситуации» и 120 НКО. Созданная в 2006 году по инициативе и под личным патронатом Председателя

Совета директором компании А.А. Мордашова, «Дорога к дому» за прошедшие десять лет стала одной из самых эффективных программ комплексной профилактики социального сиротства в стране. Реализация программы начиналась в Череповце в сотрудничестве со всеми слоями общества, объединив усилия бизнеса, общества и государства. В 2009 года «Дорога к дому» вышла на областной уровень и действует в 71 учреждении. Об успехе программы говорит тот факт, что уже в первые годы ее реализации в Череповце было закрыто 5 из 9 детских домов, а сейчас на территории Вологодской области вообще нет детских домов, а работают центры для подготовки детей к семейному устройству. Программа «Дорога к дому» транслируется и на другие территории; отдельные составляющие ее проекты реализуются в ряде регионов присутствия компании «Северсталь», а лучшие практики взяты на вооружение многими организациями. Важно, что комплексная программа «Дорога к дому» включает не только адресную помощь целевым аудиториям, но и методическую, информационную и фандрайзинговую деятельность.

«Северсталь» постоянно совершенствует конкурсные механизмы распределения средств. В качестве примера можно привести программы, направленные на поддержку культуры. Так, в 2006–2007 гг. компания организовала конкурс проектов «Современная культура», а с 2007 года «Северсталь» проводит грантовые конкурсы в рамках программы «Музеи Русского Севера», в которой участвует более 60 музеев из 12 регионов севера России.

Александр Вихров

советник Фонда региональных социальных программ «Наше будущее»

Стратегия благотворительной деятельности компании охватывает очень широкий спектр и при этом хорошо структурирована. Все регламентирующие документы находятся в открытом доступе. Многие из программ и проектов – уникальные. Особо выделяются проекты, способствующие развитию социального предпринимательства, потенциала местных сообществ и НКО.

С 2010 года «Северсталь» активно развивает корпоративное волонтерство, в рамках которого реализуются и проекты pro bono, и частные пожертвования сотрудников, и донорство крови. В 2016 году в волонтерских программах, инициированных компанией, приняли участие более 2000 сотрудников компании и представителей местных сообществ.

II. Управление и процессы

С целью формирования и внедрения единых эффективных подходов и принципов к ведению благотворительной деятельности, в компании создано Управление по корпоративной социальной ответственности и бренду. Управление отвечает за

определение общекорпоративных приоритетов, разработку стратегии и тактики реализации политики в области внешних социальных инвестиций компании, координацию реализации программ и проектов в масштабе компании, методическую поддержку ответственных за управление внешними социальными проектами на предприятиях компании.

Реализация благотворительных программ частично входит в сферу ответственности сотрудников Управления по коммуникациям и HR-дирекций в регионах присутствия компании. Они занимаются непосредственным планированием, бюджетированием и реализацией программ, совместной работой и координацией осуществляемых НКО и другими партнерами компании проектов и программ. Общее число сотрудников «Северстали», профессионально занятых благотворительностью, составляет 50 человек.

Для эффективной реализации программ и отдельных проектов в компании созданы и работают три корпоративных фонда, работающие по разным направлениям. Это Благотворительный фонд «Дорога к дому» (программа профилактики сиротства), Благотворительный фонд (поддержка пенсионеров в Череповце) и Благотворительный общественный фонд имени И.А. Милютина (помощь социально незащищенным слоям общества).

«Северсталь» ведет благотворительную деятельность на системной долгосрочной основе, планы и бюджеты основных проектов и программ ежегодно пролонгируются и утверждаются Председателем Совета директоров по представлению Управления по КСО и бренду Управляющей компании и генеральных директоров предприятий. Также на протяжении всего года компания работает с запросами об оказании поддержки в соответствии с *«Корпоративным стандартом управления спонсорской и благотворительной деятельностью»*. Для реализации социальных проектов в рамках многолетних программ «Дорога к дому» и «Музеи Русского Севера» «Северсталь», как отмечалось выше, проводит открытые конкурсы.

На всех этапах ведения благотворительной деятельности компания активно взаимодействует с широким кругом стейкхолдеров на федеральном, региональном и локальном уровнях, проводя открытую политику по вовлечению заинтересованных сторон.

III. Оценка результатов и перспективы

В соответствии с лучшими мировыми стандартами, «Северсталь» оценивает результаты своей благотворительной деятельности как комплексно, так и анализирует ход реализации и итоги отдельных программ и проектов. С 2011 года компания использует международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» (раздел «Участие в жизни сообществ и их развитие») для самооценки в области управления внешними социальными программами в рамках ежегодного цикла подготовки «Отчета о корпоративной социальной ответственности и устойчивости развития». В этом процессе используются Рекомендации РСГП для компании по проведению внутренней самооценки организации деятельности

компании в соответствии с принципами социальной ответственности на основе положений стандарта ISO 26000. Социальный отчет, который включает описание итогов благотворительной деятельности, ежегодно готовится с учетом рекомендаций международного стандарта GRI и проходит общественные заверения в РСПП, рекомендации по итогам которых учитываются в дальнейшей работе.

Для оценки своей деятельности компания привлекает и внешних экспертов, в 2016 году ими стали Череповецкий Государственный Университет и Информационно-мониторинговое агентство «Череповец». В целях совершенствования своих практик в области благотворительности, а также распространения успешного опыта, «Северсталь» регулярно принимает участие в федеральных профильных конкурсах, рейтингах и исследованиях, в рамках которых проекты компании получают оценку и рекомендации независимых экспертов.

Поскольку портфель благотворительных программ «Северстали» состоит из масштабных программ и проектов по разным направлениям, использовать для них единые количественные и качественные критерии во всех регионах присутствия компании не представляется возможным. Однако есть объединяющие критерии для всех благотворительных проектов. Это:

- соответствие стратегии компании,
- соответствие политике внешних социальных программ,
- позитивные изменения социально-экономической среды регионов присутствия.

IV. Информационная политика

Придерживаясь политики информационной открытости, компания «Северсталь» регулярно распространяет информацию о своей благотворительной деятельности с помощью многочисленных внешних и внутренних каналов коммуникации:

- публичные годовые отчеты (раздел в годовом отчете компании и отдельный отчет о корпоративной социальной ответственности и устойчивости развития);
- корпоративный сайт и страницы компании в социальных сетях;
- корпоративные СМИ: «Северсталь ТВ» и еженедельная газета «Северсталь»;
- публикация пресс-релизов, организация пресс-конференций и других специальных мероприятий;
- выступления руководителей и экспертов компании на профильных мероприятиях,
- публикации и интервью в печатных СМИ, участие в ТВ передачах,
- участие в профессиональных рейтингах и конкурсах;
- прямые коммуникации с заинтересованными сторонами.

При этом отдельный Ежегодный отчет о корпоративной социальной ответственности и устойчивости развития готовится в соответствии с лучшими мировыми стандартами - Руководством по отчетности в области устойчивого развития GRI G4, вариант «основной» (Core), и приложением GRI для предприятий горнодобывающей и металлургической отрасли. Как отмечалось выше, отчет учитывает также рекомендации РСПП по использованию базовых индикаторов результативности и

рекомендации Совета РСПП по нефинансовой отчетности, полученные по итогам завершения предыдущего отчета.

Важно, что PR-сопровождение благотворительной деятельности ведется в компании на системной основе. Так, KPI отделов внешних и внутренних коммуникаций включают в себя работу по освещению направления КСО. Для оценки эффективности используется многофакторная модель на основе данных мониторинговой системы «Медиалогия». По сводным данным за 2016 год, «Северсталь» лидирует по количеству позитивных и нейтральных сообщений в информационном поле среди горно-металлургической отрасли.

Среди достижений и профессиональных наград компании «Северсталь» в 2016 году:

- гран-при номинации «За развитие межсекторного партнерства в решении социальных проблем территорий» и 1-ое место в номинации «За экологическую ответственность» в рамках Всероссийского конкурса РСПП «Лидеры российского бизнеса: динамика и ответственность – 2016»;
- признание Начальника управления по корпоративной ответственности и бренду компании «Северсталь» Натальи Поппель лучшим менеджером в области КСО в рейтинге «ТОП-50 менеджеров по КСО» Ассоциации менеджеров;
- компания стала лидером экологической прозрачности российского бизнеса среди предприятий черной металлургии, проводимого эколого-энергетическим агентством «Интерфакс-ЭРА»;
- в 2016 году «Северсталь» вошла в десятку лидеров в рейтингах и индексах, проводимых РСПП.

Компания «МЕТАЛЛОИНВЕСТ»

Еще один постоянный участник проекта, компания «Металлоинвест», три года назад поднялась в тройку лидеров рэнкинга. Уже третий раз корпорация уверенно занимает второе место среди лидеров корпоративной благотворительности.

I. Подход к благотворительной деятельности компании

История благотворительной деятельности «Металлоинвеста» во многом типична для промышленных холдингов нашей страны. Имея на своем балансе большинство социальных объектов регионов присутствия, компания несла определенные социальные обязательства. Даже когда многие из этих объектов были переданы в муниципальную собственность, предприятия компании продолжали свои социальные и благотворительные программы, направленные на создание благоприятной социально-культурной среды, в том числе за счет поддержания социальной инфраструктуры. Благотворительность компании на этом начальном этапе представляла собой отклики на конкретные запросы о поддержке. Поворотным стал 2006 год, когда после объединения активов в единую компанию благотворительность стала рассматриваться как составной элемент устойчивого развития корпорации.

Подход «Металлоинвеста» к управлению вопросами устойчивого развития определяется лучшими практиками и международными инициативами в области охраны окружающей среды, защиты прав человека и обеспечения экономической устойчивости регионов присутствия. Компания поддерживает принятые в 2015 году Генеральной Ассамблеей ООН Цели в области устойчивого развития на период до 2030 года.

Алла Петрова-Лемачко

Заместитель директора по развитию и работе с благотворителями Свердловской государственной филармонии

Системный, продуманный подход к осуществлению благотворительной деятельности в крупной успешной компании в обязательном порядке коррелирует с цивилизованными подходами к ведению бизнеса в целом в данной компании. Это утверждение, вне всякого сомнения и в полной мере, относится к ООО УК «Металлоинвест». Благотворительные практики компании могут служить примером для других бизнес-структур, которые пока находятся на уровне начального понимания необходимости участия в социальных проектах – как транслируемых со стороны общества, так и генерируемых в недрах самих компаний.

Деятельность компании по управлению устойчивым развитием ведется по пяти основным направлениям:

- обеспечение экономической устойчивости;
- забота о благополучии работников;
- охрана окружающей среды;
- развитие регионов присутствия;
- взаимодействие с заинтересованными сторонами.

Благотворительность является составным элементом деятельности компании в области устойчивого развития. Единые принципы и подходы «Металлоинвеста» в области КСО и благотворительности определяются специальным документом, разработанным в 2015 году – *Политикой корпоративной социальной ответственности и благотворительности*. В компании приняты еще несколько документов, формулирующих принципы ведения благотворительной деятельности (*Кодекс корпоративной этики, Политика по благотворительности, Положение о реализации внешних социальных программ* и другие). Часть этих документов публична и находится в открытом доступе.

Цель своей благотворительной деятельности компания «Металлоинвест» определяет как «содействие гармоничному развитию общества, формированию благоприятной социально-культурной среды и повышению качества жизни

на территориях присутствия компании». Благотворительность компании носит системный и стратегический характер. Один из ведущих способов оказания поддержки – грантовые конкурсы, поскольку именно этот формат предполагает повышение социальной активности и самостоятельности городской общественности, выявление перспективных направлений, нацеленных на долгосрочное социальное развитие и способных стать точками роста городской среды.

Компания широко вовлекает заинтересованные стороны в регионах присутствия. Поскольку каждая территория имеет свои особенности, «Металлоинвест» ежегодно определяет программы социального партнерства в рамках трехсторонних соглашений с администрациями городов и областей. В этих документах принимаются ключевые совместные благотворительные проекты и указывается вклад каждого партнера. Необходимо отметить, что в регионах присутствия компании есть дефицит профессиональных СО НКО, которые могли бы стать операторами программ компании. «Металлоинвест» решает эту проблему двумя путями. С одной стороны, в качестве партнеров и операторов выступают НКО федерального уровня («Русфонд», «Фонд поддержки детей, находящихся в трудной жизненной ситуации», «Национальный фонд поддержки здоровья женщин» и другие), с другой, с 2016 года в корпоративные программы включаются элементы, направленные на повышение профессионального уровня местных НКО. Уже есть успешные примеры: в рамках программы «Здоровый ребенок» создана городская общественная организация родителей города Железногорска Курской области «Ответственное родительство», а в ходе реализации программы «Наши городские инициативы» (г. Новотроицк, Оренбургской области) появилась АНО «Центр комплексной ресоциализации граждан, оказавшихся в трудной жизненной ситуации».

По соглашениям о социально-экономическом партнерстве реализуются 2 вида программ:

- корпоративные благотворительные программы (направлены на проведение реформ и развитие потенциала территорий или отдельных сфер общественной жизни);
- программы поддержки социально значимой инфраструктуры (содержание программ определяется региональной спецификой и проблематикой).

Среди ключевых программ первой категории:

- общегородской грантовый конкурс «Сделаем вместе!»;
- «Школа начинающего предпринимателя» в Новотроицке;
- программы «Здоровый ребенок» и «Женское здоровье»;
- совместная с Русфондом «Программа помощи тяжелобольным детям» и другие.

В области поддержки инфраструктуры компания направляет свои усилия на поддержку образования, развитие социально-культурной среды, повышение качества услуг здравоохранения, поддержку массового и детского спорта, поддержку незащищенных слоев населения.

II. Управление и процессы

Управление программами устойчивого развития в компании осуществляется по тем же основным принципам, что и ведение бизнеса. Подготовка рекомендаций по вопросам устойчивого развития входит в сферу ответственности комитетов при Совете директоров, который осуществляет руководство компанией и контролирует исполнение стратегических задач.

На уровне Управляющей компании деятельностью в области устойчивого развития руководит Директор по социальной политике и корпоративным коммуникациям. Также управление вопросами устойчивого развития осуществляется структурными подразделениями Управляющей компании по соответствующим функциональным направлениям.

Департамент социальной политики отвечает за методическую и координирующую функцию по развитию практики устойчивого развития и обеспечивает реализацию задач по взаимодействию с территориями присутствия и развитию социальной поддержки сотрудников.

Департамент социальной политики состоит из нескольких управлений: Внутренних социальных программ и развития социальных объектов, Внешних социальных программ и нефинансовой отчетности, Бюджетирования и договорной работы. Ключевые задачи Департамента включают:

- разработку и организацию реализации социальной стратегии, социальной политики, политики благотворительности;
- разработку, организацию реализации и оценку внешних социальных (благотворительных) программ на территориях присутствия компании;
- разработку условий и организацию реализации частно-государственного партнерства по социальным вопросам и благотворительности на территориях присутствия;
- разработку подходов и организацию взаимодействия с заинтересованными сторонами по социальным вопросам и благотворительности;
- формирование и организацию исполнения бюджета социальных расходов, благотворительности, бюджета капитальных затрат в объекты социальной сферы;
- регламентацию деятельности и отчетность в сфере реализации социальной политики и политики благотворительности.

На уровне предприятий управление вопросами устойчивого развития находится в ведении управляющих директоров. На каждом предприятии этими задачами занимаются собственные структурные подразделения, подотчетные Управляющей компании.

Влияние Управляющей компании на процесс внедрения подходов в области устойчивого развития на предприятиях происходит благодаря системе единых нормативных документов и установленных процедур. Существенные решения по вопросам устойчивого развития, принимаемые на уровне предприятий, обязательно согласуются с Управляющей компанией.

Профессионально программами устойчивого развития и благотворительности в «Металлоинвесте» занимается 81 человек.

Поскольку большая часть благотворительных проектов «Металлоинвест» реализуется в рамках Соглашений о социально-экономическом партнерстве с регионами своего присутствия, приоритетные задачи и проекты для реализации в предстоящем периоде с учетом принятых в компании критериев отбора обсуждаются на ежегодных заседаниях Координационных советов с участием представителей Правительств областей и администраций городов присутствия. Предпочтение отдается проектам, которые:

- способствуют формированию ресурсов для устойчивого социально-экономического развития территорий, в том числе повышению качества социальных услуг и источников пополнения бюджета, развитию кадрового потенциала для местных предприятий и организаций, развитию гражданского общества, созданию благоприятных условий для жизни работников и их семей;
- направлены на решение социальных проблем, значимых для территорий присутствия;
- способствуют развитию компетенций в выбранных для поддержки направлениях;
- своевременны и востребованы всеми заинтересованными сторонами;
- сформированы в виде целевых проектов или программ;
- используют передовой опыт и современные технологии в социальной сфере;
- предполагают софинансирование/инвестирование со стороны других стейкхолдеров.

Также на протяжении года компания работает с письменными обращениями о помощи по специально разработанной процедуре.

Во всех сферах ведения бизнеса «Металлоинвест» уделяет большое внимание работе со стейкхолдерами, взаимодействие с которыми определяется *Политикой по взаимодействию с заинтересованными сторонами*. К основным принципам этого сотрудничества относятся открытость, существенность, полнота и реагирование. В области благотворительности ключевым стейкхолдером в соответствии с *Политикой КСО и благотворительности* являются местные сообщества. Среди форм работы с сообществами – организация координационных советов в ходе реализации внешних социальных программ, диалоги с представителями населения с целью информирования о деятельности компании в регионах присутствия, проведение общественных консультаций с представителями местного населения в рамках реализации инвестиционных проектов.

III. Оценка результатов и перспективы

Компания постоянно оценивает благотворительные программы и проекты, основываясь на регулярном сборе и анализе информации, предоставлении отчетов о результатах, эффективности использования ресурсов. Этот процесс

регламентируется Положением о реализации внешних социальных программ (благотворительной деятельности).

Один из методов – использование инструмента ключевых показателей эффективности (КПЭ), предусмотренных во всех корпоративных социальных программах. Ежегодно сотрудники оценивают достигнутые результаты, которые также рассматриваются с участием внешних стейкхолдеров (в формате координационных советов по программам, итоговых круглых столов/конференций). По итогам уточняются цели и задачи программ, устанавливаются новые КПЭ. Эти изменения вносятся в программы реализации и паспорта программ.

Эффективность каждой программы рассматривается по двум направлениям: оценка непосредственно социального эффекта и польза для бизнеса. Для всех этапов реализации программы, начиная с момента ее разработки, предусмотрены свои инструменты мониторинга и оценки. Количественные и качественные показатели определяются индивидуально для каждой из программ.

Компания тщательно работает с полученными результатами оценки. Так, по итогам первого года реализации программы «Сделаем вместе!» в 2016 году, «Металлоинвест» провел ряд встреч с представителями всех заинтересованных сторон. На основании полученной от стейкхолдеров обратной связи программа была скорректирована: проведены обучающие семинары и разработан методический материал для экспертов; разработаны очные образовательные мероприятия для победителей; началась разработка коммуникационной интернет-платформы конкурса.

IV. Информационная политика

Для информирования о своих благотворительных и КСО-программах компания использует ряд каналов. В первую очередь стоит назвать социальный отчет, готовящийся в соответствии с лучшими мировыми стандартами - GRI G4. Информация о программах устойчивого развития размещается на сайте «Металлоинвеста», на порталах городов и регионов присутствия компании, в социальных сетях, в корпоративных и внешних СМИ. Для некоторых программ компания издает специальные материалы (например, буклет «Будь здоров, малыш!»).

В 2016 году компания «Металлоинвест» принимала участие и занимала призовые места в ряде профессиональных конкурсов по таким направлениям устойчивого развития, как развитие регионов присутствия, охрана окружающей среды и труда, привлечение и развитие квалифицированных кадров, взаимодействие с заинтересованными сторонами. Представители компании были спикерами и модераторами на ряде конференций и других событий, посвященных тематике КСО и благотворительности (конференции и другие мероприятия Российского Форума Доноров, Комитета по КСО Ассоциации менеджеров, Комитета по социальной и демографической политике РСПП, Комитета по социально-трудовым отношениям РСПП, Национального форума по КСО).

ОК «РУСАЛ»

Компания «РУСАЛ» – многократный участник проекта «Лидеры корпоративной благотворительности». Компания несколько раз побеждала в различных номинациях конкурса, и входила в ТОП-10 компаний рейтинга (в 2012 и 2015 годах). По результатам деятельности в 2016 году «РУСАЛ» впервые вошел в тройку лидеров.

I. Подход к благотворительной деятельности компании

История развития благотворительности РУСАЛа во многом характерна для нашей страны. Все началось с момента создания компании в 2000 году с ответов на запросы о помощи в регионах производственной активности РУСАЛа, и основной целью было улучшение жизни населения в регионах присутствия компании. Однако уже в 2003 году компания провела социологическое исследование и выявила спектр социальной проблематики регионов, в результате чего определились приоритеты благотворительной деятельности – поддержка общественных инициатив, направленных на школьников и молодежь, развитие массовых видов спорта на базе школ и микрорайонов, помощь детям-сиротам и малоимущим слоям населения. В 2004 году компания сделала следующий шаг и объявила грантовый конкурс «Сто классных проектов», направленный на поддержку социально-значимых проектов школьников. В том же году в Красноярске был открыт Центр социальных программ (ЦСП) РУСАЛа - корпоративный благотворительный фонд, который действует в регионах присутствия компании в России и Украине. Решение о создании и поддержке ЦСП принималось на основании принятых в компании принципов ведения благотворительной деятельности и стратегии развития социальной ответственности РУСАЛа.

Свою социальную миссию компания видит в том, чтобы способствовать устойчивому развитию производственной деятельности, уделяя основное внимание развитию местных сообществ и работая в партнерстве с ними. Цели благотворительной деятельности РУСАЛа неразрывно связаны со стратегическими целями бизнеса компании и включают в себя:

- территориальное социально-экономическое развитие и поддержку местных социальных инициатив, направленных на улучшение качества жизни людей в регионах присутствия;
- вовлечение в активную социальную и благотворительную деятельность персонала компании и жителей регионов присутствия;
- создание и улучшение условий для осуществления предпринимательской деятельности в социальной сфере путем разработки и предоставления инструментов поддержки совместно с государственными и муниципальными органами развития предпринимательства, банками, деловыми объединениями, фондами и другими заинтересованными организациями;

- создание условий для развития производственной и социальной активности молодых работников и формирование на предприятиях и в компании горизонтальных связей среди молодежи;
- популяризацию инженерных и рабочих профессий;
- реализацию экологически направленных социальных проектов и программ.

Политика и принципы РУСАЛа в области благотворительности сформулирована в *Положении о благотворительной деятельности и социальных инвестициях ОК РУСАЛ* и конкретизируется в отдельных положениях обо всех благотворительных программах и проектах компании. К числу документов, формулирующих подходы компании к ведению благотворительной деятельности, также относятся документы корпоративного фонда.

Компания создала собственную инфраструктуру социальной деятельности в регионах присутствия – региональную сеть корпоративного фонда «Центр социальных программ», поэтому собственные благотворительные программы, реализуемые РУСАЛом самостоятельно и с помощью корпоративного фонда, являются приоритетными формами ведения благотворительной деятельности. Существенным элементом нескольких программ являются грантовые конкурсы, оператором которых также является корпоративный фонд.

Важно отметить, что еще одним приоритетом для РУСАЛа стала реализация партнерских благотворительных программ и инициатив. Совместно с крупным бизнесом – программа корпоративного волонтерства, совместные исследования, экологические волонтерские акции, программа развития детского спорта в регионах. С органами государственной власти и местного самоуправления – в направлении экспертизы и софинансирования грантовых проектов, социально-экономического сотрудничества по объектам социальной и транспортной инфраструктуры городов, разработки стратегий развития малых и моногородов, а также участия представителей органов власти в совместных волонтерских проектах. Часто партнерами компании выступают региональные НКО и учреждения социальной направленности, которые могут помочь в организации и проведении обучающих и коммуникационных мероприятий. Один из ключевых партнеров компании – Ассоциация менеджеров, совместно с которой РУСАЛ работает в рамках Национального совета по корпоративному волонтерству, поддерживая еще один приоритет компании – вовлечение сотрудников в благотворительную деятельность.

Николай Слабжанин

Исполнительный директор ПК «Детские деревни – SOS»

Продвигая целевой проектный подход, РУСАЛ вовлекает огромное количество партнеров, являясь устойчивым катализатором социальных изменений.

В портфеле ключевых благотворительных программ РУСАЛа:

- Программа территориального социально-экономического развития «Территория РУСАЛа» (реализуется с 2010 года в 9 регионах присутствия).
- Программа «Социальное предпринимательство» (с 2013 года).
- Программа развития и поддержки молодежных инициатив и проектов популяризации научных знаний и инженерных профессий «Формула будущего» (с 2011 года ежегодно), и другие.

Отдельно стоит отметить усилия компании по вовлечению в благотворительную деятельность сотрудников и, шире, по развитию корпоративного волонтерства в России. С 2013 года в 7 регионах РУСАЛ реализует Программу развития волонтерства и добровольных пожертвований «Помогать просто». За это время более тысячи активистов прошли учебу в школах волонтерства, было реализовано более 5000 социальных акций для 100 тысяч благополучателей. С 2014 года работает портал программы «Помогать-просто.ру», на котором зарегистрировано более 2200 волонтеров и более 400 благотворительных организаций. В 2016 году 6300 человек компании приняли участие в волонтерских проектах.

Как упоминалось выше, для тиражирования собственного опыта и объединения усилий бизнеса, в 2014 году по инициативе компании РУСАЛ и Ассоциации менеджеров была создана Общественная группа «Национальный совет по корпоративному волонтерству» (<http://www.nccv.ru>), объединяющая сейчас более 30 компаний и организаций и имеющая региональные отделения в Красноярске, Братске, Новокузнецке и Санкт-Петербурге.

II. Управление и процессы

Стратегически благотворительной деятельностью РУСАЛа руководит Совет по благотворительности управляющей компании, состоящий из членов Правления и возглавляемый Генеральным директором. Управляет же благотворительностью компании Дирекция по связям с общественностью, непосредственно – входящий в нее Департамент коммуникационных и социальных проектов. Департамент осуществляет разработку, реализацию и мониторинг социальных проектов и программ, несет ответственность за годовое и текущее финансовое планирование, и отчетность.

В регионах производственной деятельности компании оперативное управление осуществляет корпоративный благотворительный фонд «Центр социальных программ» и его региональные представительства. Подразделение фонда – АНО «Центр инноваций в социальной сфере» – реализует программу «Социальное предпринимательство». Также на предприятиях компании действуют советы о благотворительности.

Профессионально благотворительностью занимается 34 сотрудника компании, и еще 29 человек работает в корпоративном фонде.

Отбор проектов для благотворительной поддержки осуществляется системно, на конкурсной основе. Для этого по каждой программе формируются Экспертные

советы, состоящие из представителей компании, внешних экспертов и специалистов, представителей органов власти, малого и среднего бизнеса, а также СМИ и общественности. В РУСАЛе разработана многоуровневая процедура отбора и оценки проектов, которые принимаются дистанционно на сайте корпоративного фонда. Компания сформулировала единые критерии отбора проектов, объединенные в три блока – социальная значимость, инновационность подхода, реалистичность реализации.

Примечательно, что в процесс принятия решения по каждому из проектов компания активно вовлекает местное население. Так, в 2016 году в онлайн-голосовании участвовало 23 000 человек. Жители городов голосовали за нужные их территории проекты.

Помимо местных сообществ, РУСАЛ стремится учесть интересы и других групп стейкхолдеров, среди которых акционеры и инвесторы, клиенты, поставщики и деловые партнеры, государственные и региональные органы власти, сотрудники, НКО и СМИ. Взаимодействие компании и всех заинтересованных сторон регламентируется специальным документом – Кодексом корпоративной этики.

III. Оценка результатов и перспективы

Системно подходя ко всем аспектам ведения благотворительной деятельности, РУСАЛ регулярно проводит ее комплексную оценку с целью повышения эффективности благотворительных программ. Мониторинг проектов благополучателей занимает ведущее место в общей системе мониторинга и оценки корпоративной благотворительности. Для компании важно увидеть возможности и проблемы на этапе реализации проектов, когда можно их обсудить с грантополучателями.

Саму оценку благотворительной деятельности РУСАЛ проводит дважды в год, во время создания полугодового и годового отчета корпоративного фонда. Отчеты составляются на основе данных мониторинга проектов; анализа заявок, поступивших на конкурс; обратной связи от партнеров и стейкхолдеров; собственных наблюдений и впечатлений сотрудников фонда. Один раз в год проводится стратегическая сессия фонда, где сотрудники фонда, представители компании и эксперты обсуждают результаты работы региональных представительств фонда и ход реализации программ. Результаты оценки влияют на приоритеты на следующий период.

К процессам мониторинга и оценки РУСАЛ активно привлекает внешних (благополучатели и партнеры фонда, среди которых представители власти, СМИ, НКО) и внутренних (сотрудники предприятий) стейкхолдеров.

Компания использует результаты оценки корпоративной благотворительности для уточнения стратегических приоритетов благотворительной деятельности, пересмотра целей и содержания программ, повышения эффективности программ, информирования стейкхолдеров и т.д. Например, оценка грантовых конкурсов в 2014-2015 годах выявила необходимость обучить заявителей навыкам разработки социальных проектов, а также преодолеть географическую удаленность

регионов присутствия от центров управления социальными программами компании. Для этого на 2016 год были запланированы, разработаны и внедрены:

- методические рекомендации по написанию заявок на грантовые конкурсы;
- обучающие программы и методические материалы по программе «Помогать просто»;
- новые образовательные форматы для заявителей (квест по основам социального проектирования, деловая игра «Экспертиза»);
- электронная платформа для подачи заявок на грантовые конкурсы, проведения дистанционной экспертизы проектов и онлайн-голосования жителей, которая продолжает совершенствоваться в 2017 году.

IV. Информационная политика

PR-сопровождение корпоративной благотворительной деятельности осуществляется РУСАЛом в соответствии с четким коммуникационным планом, с использованием разных каналов. Один из инструментов – ежегодная публикация нефинансовой отчетности в соответствии с принципами Глобального договора ООН, участником которого компания является с 2002 года. С 2010 года отчет по устойчивому развитию готовится и по стандартам Руководства GRI. Отчет за 2016 год, в дополнение к указанным системам, отвечает и требованиям фондовой биржи к эмитентам в отношении отчетности о соблюдении норм и управлении рисками в области экологической и социальной ответственности и корпоративного управления. Также компания готовит итоговые документы по отдельным благотворительным программам.

РУСАЛ информирует о своей благотворительной деятельности через многочисленные внешние каналы и собственные сайты (сайт компании и корпоративного фонда «Центр социальных программ» www.FCSP.ru, сайт волонтерских проектов www.Pomogat-prosto.ru, сайт Новогоднего благотворительного марафона www.Novogodniy-marathon.ru), использует социальные сети. Для информирования внутренней аудитории РУСАЛ использует не только традиционные каналы (сайт, корпоративная газета), но и такие инструменты, как корпоративное ТВ и вводный семинар для всех новых сотрудников, включающий тему «Социальные проекты компании и волонтерская деятельность».

Особенно хочется отметить собственные материалы компании, которые и издаются печатным тиражом, и, из-за удаленности территорий, размещаются в электронном виде на сайте фонда <http://fcsp.ru/press/files>. Компания подготовила целую библиотеку таких публикаций, среди которых руководство по написанию заявки «Помогать просто», сборник «Вредные советы «Помогать просто», буклеты «Как стать участником благотворительного проекта» и «Как рассказать об итогах волонтерского проекта», коллекция кейсов о волонтерстве, книга «Социальное предпринимательство, или Как сделать бизнес с душой».

Компания регулярно участвует в профессиональных конкурсах, ее представители становятся спикерами и модераторами площадок, посвященных

благотворительности и КСО. В 2016 году несколько социальных проектов РУСАЛа были отмечены наградами победителя и лауреата общероссийских конкурсов благотворительных проектов и программ. Компания выступила со-организатором и принимала участие в исследовании состояния корпоративного волонтерства в России, подготовке и публикации отчета об исследовании и его публичной презентации на V Московском международном форуме «Корпоративное волонтерство: бизнес и общество».

Компания регулярно (дважды в год) проводит исследование PR-эффекта корпоративной благотворительной деятельности и результатов отдельных программ. При этом учитываются количество публикаций онлайн, во внутренних коммуникациях в компании, в социальных сетях, число подписчиков страниц фонда и программ в социальных сетях. Один раз в два года замеряется информированность и уровень доверия сотрудников компании, жителей регионов присутствия и других стейкхолдеров. Так, по итогам 2016 года был проведен опрос сотрудников Красноярского алюминиевого завода и жителей Красноярска в целях измерения и оценки репутационных характеристик и общего восприятия компании РУСАЛ среди населения региона и сотрудников предприятия. В анкеты для жителей и сотрудников были включены вопросы о социальных программах и проектах компании. Итоги опроса и рекомендации исследования РУСАЛ будет использовать в дальнейшем развитии PR-стратегии социальных и благотворительных программ компании и фонда.

Подход всех трех компаний-лидеров к ведению благотворительной деятельности – системный и стратегический. Не случайно, что верхние строчки рейтинга занимают корпорации, регулярно участвующие в проекте и вдумчиво относящиеся к сфере благотворительности и, глубже, корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития. Состав всех участников «Лидеров» традиционно широкий: по отраслям, по регионам, по направлениям и механизмам. Поэтому особенности подходов к реализации благотворительных программ, в управлении социальными инвестициями каждого из трех победителей будут полезны для применения на практике в самых разных компаниях.



РАЗДЕЛ 3 КОНКУРС БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

К участию в конкурсе допускались программы, соответствующие критериям прозрачности, имеющие четкую и последовательную стратегию. Программы должны были быть реализованы в течение 2016 года. Если программа рассчитана на несколько лет, необходимо было указать ее общую продолжительность и описать деятельность в 2016 году.



Номинация

«Подход к оценке социальных результатов благотворительных проектов и программ»

Партнер номинации: Автономная некоммерческая организация поддержки

и развития инноваций в социальной сфере «Эволюция и Филантропия»

Рассматриваются: благотворительные/социальные практики компаний по оценке результатов своей деятельности и грамотное использование полученных данных.

Приоритет: разработка дизайна программы (проекта) с ориентацией на достижение конкретных социальных результатов; наличие разработанной системы мониторинга, измерения и оценки результатов (включая показатели, методы измерения и инструментарий); эффективное использование данных, полученных в ходе оценки.

Ольга Евдокимова

директор АНО «Эволюция и Филантропия»

Второй год подряд наша организация становится партнером конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности» по теме «Оценка социальных результатов». Хочется отметить не только видимый рост интереса компаний к оценке эффективности своих социальных инвестиций, но и повышение профессионализма участников конкурса в этой области. В номинации «Подход к оценке результатов благотворительных проектов и программ» участвовало восемь компаний, и каждая достойна отдельного признания и поощрения. Если выделять общие тренды, то среди них:

- *Желание убедиться в том, что инвестиции в сообщества способствуют получению максимального социального эффекта.*

- *Подотчетность.* Стейкхолдеры и акционеры хотят видеть, как работают корпоративные инвестиции – какую пользу приносят обществу, и каким образом создание социальных благ укрепляет репутацию компании и продвигает ее бренд.

- *Конструктивное взаимодействие с внутренними и внешними стейкхолдерами.*

Измерение социального эффекта является сложной задачей, и, чтобы структурировать работу компаний, важно заранее формулировать ожидаемые социальные результаты и критерии успеха, обсуждать планы оценки с получателями социальных инвестиций.

Мы выбрали три компании, которым члены жюри поставили наивысшие баллы по разделу «Результаты и перспективы», а потом еще раз самостоятельно оценили заявки по этому разделу. В результате картина не изменилась, и мы представляем трех победителей номинации «Подход к оценке результатов благотворительных проектов и программ».



I место

За верификацию и активное распространение результатов оценки Программы «Статус Он-лайн»

Аффилированные компании «Филип Моррис Интернэшнл» в России

Компания выбрала и применила методологию SROI для оценки социального воздействия, верифицировала отчет в международной сети SVI (Social Value International) и активно распространяла его результаты в профессиональном сообществе. Кроме того, компания планирует провести обучение участников других направлений корпоративной благотворительной деятельности, чтобы начать процесс разработки показателей и систем сбора и анализа данных для оценки воздействия в рамках этих направлений.

О ПРОГРАММЕ

Программа «Статус: Онлайн» (далее ПСО) реализуется ООО «Филип Моррис Сейлз Энд Маркетинг» (часть группы компаний Филип Моррис Интернэшнл (ФМИ)). Программа направлена на реализацию миссии ФМИ по поиску устойчивых и долгосрочных решений в области повышения доступности образования, расширения возможностей для экономического роста и развития, поддержки женщин и эффективной помощи пострадавшим в чрезвычайных ситуациях. ФМИ работает в партнерстве с НКО во всем мире, чтобы инвестировать средства в улучшение условий жизни людей там, где живут и работают сотрудники компании и где выращивается сырье.

Программа направлена на организацию обучения пожилых и взрослых людей с инвалидностью основам компьютерной грамотности и информационных технологий, финансовой и юридической грамотности, которые необходимы для обеспечения их социально-экономического благополучия и повышают шансы трудоустройства и организации собственного малого бизнеса.

Цель программы – способствовать повышению качества жизни пожилых людей и взрослых с инвалидностью, создать условия для предотвращения их социальной и информационной изоляции и дать им новые возможности для активной жизни.

Две основные задачи программы:

- Организовать обучение пожилых людей и взрослых с инвалидностью основным элементам цифровой грамотности и информационных технологий.
- Создать для пожилых людей и взрослых с инвалидностью при помощи современных информационных технологий возможности для освоения новых навыков и знаний для активного общения, самореализации и трудоустройства.

ЦЕЛЬ ОЦЕНКИ

Оценить воздействие программы «Статус: Онлайн» за один год (2015) в двух регионах ее реализации – Нижнем Новгороде и Калининграде.

При оценке воздействия программы ставились следующие задачи:

- Получить представление о воздействии программы «Статус: Онлайн» в рамках оценочного исследования, которое продемонстрирует эффективность социальных инвестиций компании;
- Предоставить данные для стратегического планирования и принятия решений в рамках программы «Статус: Онлайн» с точки зрения ее финансирования и распространения в новые регионы;
- Помочь ФМИ определить составляющие программы, которые могут быть улучшены, а также ключевые факторы ее успешной реализации;
- Разработать систему мониторинга и управления социальным воздействием программы для внедрения во всех регионах реализации.

По итогам проведенной оценки подготовлен отчет, который успешно прошел верификацию Social Value International, подтверждающую, что оценка была проведена в соответствии с принципами SROI.

Систему результатов и индикаторов, которая была разработана для программы, с 2017 года предполагается использовать для всех проектов в рамках программы и собирать данные о воздействии регулярно при помощи онлайн-анкетирования. Это позволит не только получить представление о совокупном социальном воздействии программы, но и управлять им, выявляя лучшие практики: там, где количественные показатели воздействия выше, программа может иметь особенности (методы работы, условия, информационное сопровождение), которые можно учитывать, чтобы увеличить положительное воздействие программы в других регионах.



Ростелеком

II место

За профессиональный подход к формированию системы оценки социального воздействия программ

ПАО «Ростелеком»

Наиболее значимой и масштабной программой «Ростелекома» в сфере благотворительности в 2016 году стала программа «ЦИФРОВОЕ РАВЕНСТВО», благодаря которой были усилены синергетические эффекты от реализуемых социальных проектов, лежащих в поле стратегии дальнейшего развития компании. Цель Программы – улучшить качество жизни миллионов жителей России, устраняя цифровые барьеры и обеспечивая доступность связи для социально незащищенных групп населения.

Среди социальных эффектов программы «Цифровое равенство», которые оказывают прямое воздействие на повышение качества жизни населения, можно выделить повышение уровня образования и приобретение навыков пользования сервисами в области телекоммуникаций, а также социализация с применением полученных навыков и знаний в повседневной практике.

В 2016 году компания сосредоточила свои усилия на масштабировании программ и уточнении подходов к оценке социальных результатов благотворительной деятельности.

Общий мониторинг корпоративной благотворительной деятельности и координацию проведения оценки результатов корпоративной благотворительной деятельности в компании осуществляет обособленное подразделение – Отдел социальной политики и специальных проектов, находящийся в подчинении Департамента внешних коммуникаций.

Руководствуясь временным регламентом о мониторинге и оценке социальных программ и проектов, отдел реализует все необходимые действия по сбору и обобщению данных на основе утвержденных качественных и количественных показателей оценки.

Для оценки результатов своей благотворительной деятельности компания в настоящее время использует следующие инструменты:

- система мониторинга и оценки эффективности реализации программ и проектов на основе группы количественных и качественных показателей;
- модульная система мониторинга и оценки эффективности на основе элементов системы сбалансированных показателей (тестовый этап);
- мониторинг и оценка деятельности КСО экспертными группами и агентствами (два раза в год);
- опросы групп заинтересованных сторон по отдельным программам и проектам;
- замеры информационного поля по частоте и контексту упоминания компании в контексте социальной и благотворительной деятельности.

В 2016 году компания дополнила инструментарий оценки собственной социальной деятельности в рамках реализации благотворительной программы «Цифровое равенство». При участии экспертов рынка в области оценки «Ростелекомом» была разработана и в настоящее время апробируется модульная система мониторинга и оценки эффективности на основе элементов системы сбалансированных показателей.

На верхнем уровне методология новой модели оценки может быть представлена в рамках объемной модельной матрицы, в которой учтен пул целевых метрик по всем реализуемым в рамках программы «Цифровое равенство» благотворительным проектам компании.

Модель оценки была разработана для анализа эффективности реализации проектов программы «Цифровое равенство» и интегрирована в инструментарий программы. Однако в дальнейшем планируется расширение применения системы оценки на другие программы и проекты компании в благотворительной сфере.

Отличительной чертой новой модели стала ее модульность, которая позволила определить необходимый оценочный контур проекта (программы), исходя из его тематической направленности, включив в «оценочный модуль» наиболее релевантные метрики. С целью подбора наиболее подходящих для проекта метрик каждый проект, реализуемый в рамках тематической программы или отдельно, проходит верификацию внутри первичной критериальной матрицы по различным категориям: уровень проекта, вид проекта, направление проекта и прочие. На основе определения категоричности проекта для него формируется «оценочный модуль» с наиболее релевантными для его типологии и тематической принадлежности метриками.



III место

За комплексный подход к оценке и вовлечение местных сообществ

ПАО «Газпром нефть»

Цель программы «Родные города» – повышение качества жизни в регионах присутствия компании с учетом бизнес-интересов компании и при вовлечении в этот процесс всех заинтересованных сторон.

Внедрение системного подхода и расширение инструментария программы позволило перейти от оперативного реагирования на территориальные проблемы к их заблаговременному определению, прогнозированию, а также формированию комплексного плана воздействия на нее. Подобный подход позволяет встраивать благотворительную деятельность в стратегию развития компании с учетом ее бизнес-интересов и повышать как бизнес-, так и социальный эффект. Возможность вовлечения заинтересованных сторон в реализацию проектов, развитие сообществ, поддержка их инициатив – это вклад в достижение устойчивого социального эффекта, решение и предупреждение социальных проблем.

Для каждого региона присутствия ежегодно прорабатывается собственный комплекс проектов. Процесс планирования портфеля социальных проектов цикличен и регулируется Стандартом подготовки, защиты, реализации и мониторинга программ социальных инвестиций.

В годовой цикл формирования программы социальных инвестиций гармонично включены следующие процессы оценки:

- Мониторинг развития территории, проведение диалога с заинтересованными сторонами, выявление актуальных социальных проблем.
- Определение проектов социальных инвестиций для реализации в отчетном году.
- Определение прогнозируемого социального эффекта, количественных и качественных показателей эффективности. Ключевые критерии социальной эффективности – охват целевых аудиторий, устойчивость эффекта во времени, создание оснований для системных преобразований.
- Формирование программы проектов, исходя из прогнозируемой оценки социального эффекта для территории, репутационного и экономического эффекта для компании.
- Мониторинг реализации программы социальных инвестиций и достижения промежуточных целей, внесение корректировок. Компания проводит мониторинг количественных и качественных показателей эффективности на всех этапах реализации проектов программы, что позволяет вовремя вносить необходимые корректировки для достижения поставленных целей.

- Комплексная оценка программы социальных инвестиций.

Для оценки результатов реализации программы социальных инвестиций «Родные города» используется спектр инструментов взаимодействия с заинтересованными сторонами и получения обратной связи:

1. Мониторинг реализации и достижения заявленных целей, задач и промежуточных и конечных показателей эффективности;
2. Опросы общественного мнения;
3. Проведение общественных слушаний/собраний жителей при планировании программ социальных инвестиций;
4. Экспертные опросы представителей заинтересованных сторон, в т.ч. специалистов исследовательских агентств, некоммерческих организаций и образовательных учреждений, которые являются операторами по схожим проектам, но не реализуемым компанией;
5. Социологические маркетинговые исследования;
6. Сбор обратной связи на сайте программы социальных инвестиций «Родные города» rodnyegoroda.ru
7. Сбор голосования/открытые конкурсы среди населения в рамках реализации проектов социальных инвестиций.

Результаты оценки используются для формирования портфеля проектов на следующий календарный год, а также для принятия решений о замене/видоизменении проектов или тиражировании проектов на другие регионы. В частности, оценка эффективности позволяет корректировать программу в соответствии с запросами региона и бизнеса для соблюдения долгосрочной концепции развития компании и регионов.



Агентство
Социальной
Информации

Номинация

«Информационная открытость благотворительной деятельности»

Партнер номинации: Агентство социальной информации

Рассматривается: практика раскрытия информации о благотворительной деятельности компаний.

Приоритет: четкость, понятность и регулярность информационных сообщений, использование разнообразных каналов распространения информации, охват различных целевых аудиторий и учет их специфики в процессе коммуникации, ориентация на широкий круг стейкхолдеров, наличие и использование процедуры обратной связи, вклад в продвижение корпоративной благотворительности в России.

Андрей Тополев

содиректор Агентства социальной информации

Агентство социальной информации выступило партнером номинации «Информационная открытость» конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности». В ее рамках оценивались практики раскрытия информации о благотворительной/социальной деятельности номинированных компаний – участников конкурса. Мы рады, что компании с каждым годом уделяют все больше внимания информационной открытости в сфере корпоративной социальной ответственности и все чаще занимают первые места. Борьба за первое место была достаточно острой, оценки первой десятки различались незначительно.

Основу списка претендентов составили компании, набравшие наибольшее количество баллов по разделу «Информационная политика» в основном конкурсе – мнения экспертов, оценивших заявки, для нас были очень важны. Кроме того, мы учитывали такие критерии, как четкость, понятность и регулярность информационных сообщений, использование различных каналов информации, ориентация на широкий круг стейкхолдеров, наличие и использование процедур обратной связи, а также активность в распространении информации в рамках внешних мероприятий. Мы провели анализ сайтов компаний-претендентов и отчетов об устойчивом развитии или социальных отчетов. Засчитывались как преимущества наличие раздела о благотворительности и социальных проектах в нефинансовых отчетах и на корпоративных сайтах, присутствие в социальных сетях, проведение диалогов со стейкхолдерами и опросов с участием благополучателей. Мы считаем лучшей практикой проведение диалогов со стейкхолдерами как на этапе планирования благотворительной деятельности, так и на этапе оценки результатов, привлечение сторонних организаций к независимой экспертизе. Эти действия не только свидетельствуют об открытости, но и повышают эффективность благотворительных программ, они в наибольшей степени отвечают интересам и ожиданиям ключевых заинтересованных сторон.



I место ОК РУСАЛ

В объединенной компании РУСАЛ большое внимание уделяется информационной открытости в корпоративной благотворительности. На корпоративном сайте компании насыщенный раздел устойчивого развития подробно освещает в том числе социальное инвестирование. РУСАЛ более 10 лет выпускает Отчеты в области устойчивого развития. Осуществляется системное сопровождение PR-продвижения корпоративной благотворительной деятельности. Значительны достижения РУСАЛа и по другим критериям информационной открытости. Одним из приоритетов в оценке информационной открытости являлась ориентация компании на широкий круг стейкхолдеров. В разделе «Взаимодействие с заинтересованными сторонами» Отчета об устойчивом развитии за 2016 год РУСАЛа отмечается, что «Компания поддерживает эффективные каналы связи, отвечающие потребностям заинтересованных сторон».



II место ПАО «Газпром нефть»

Диалоги с заинтересованными сторонами стали отдельной темой в материалах, представленных на конкурс «Лидеры корпоративной благотворительности» от ПАО «Газпром нефть», занявшей второе место в номинации «Информационная открытость». В частности, в отчете об устойчивом развитии компании за 2016 год отмечается, что «взаимодействие и активный диалог с заинтересованными сторонами – один из приоритетов региональной политики «Газпром нефти». Ключевыми заинтересованными сторонами в регионах выступают сотрудники компании, региональные и муниципальные власти, бизнес-партнеры, некоммерческие организации, местные жители, неформальные городские сообщества, студенты вузов, учреждения образования, культуры и спорта, СМИ». Компания ежегодно выпускает нефинансовую отчетность в соответствии с требованиями Руководства GRI, начиная с 2008 года. При наличии убедительных достижений «Газпром нефти» по другим критериям информационной открытости хочется отметить активное присутствие компании в социальных сетях.



III место

АО «Объединенная металлургическая компания»

Компания ОМК, помимо анкеты на конкурс «Лидеры корпоративной благотворительности», представила «Программу освещения благотворительных программ и проектов АО ОМК в СМИ». Программа обусловлена тем, что в 2015 г. была принята новая стратегия развития благотворительности с переходом от традиционной адресной помощи к системным благотворительным программам. Целью программы стало «более полное раскрытие информации о благотворительной деятельности компании, вовлечение широких масс, в том числе жителей моногородов и поселков, сотрудников ОМК в благотворительность и добровольчество в России».

Решение задач программы нашло отражение в разделе «Устойчивое развитие» Отчета компании за 2016 год. Отмечая успешность компании по критериям информационной открытости, считаем важным отметить активность участия в публичных мероприятиях, затрагивающих тематику КСО, благотворительной деятельности, социальных инвестиций в 2016 г.



III место

АО «СУЭК»

Раздел «Взаимодействие с заинтересованными сторонами» Отчета за 2016 год компании СУЭК начинается со слов «Открытый диалог. Эффективное взаимодействие с заинтересованными сторонами – неотъемлемая часть деятельности компании. Мы строим наши отношения на основе принципов открытости и доверия, что позволяет нам понимать и соблюдать их интересы и оправдывать ожидания». Эти слова отражают приоритеты информационной открытости. На корпоративном сайте компании в разделе об устойчивом развитии есть информация о социальных программах фонда «СУЭК - регионам», о взаимодействии с заинтересованными сторонами, в том числе представлена карта ключевых стейкхолдеров.

В других информационных источниках компании и в конкурсных материалах представлена информация о достижениях, отвечающих критериям информационной открытости. Особенно мы хотели бы отметить системность публикаций в СМИ и разнообразие каналов распространения информации по темам КСО, благотворительной деятельности, социальных инвестиций в 2016 г.



Номинация

«Лучшая программа (проект), способствующая развитию инфраструктуры деятельности некоммерческих организаций, благотворительности и добровольчества в регионе присутствия компании»

Партнер номинации: Министерство экономического развития Российской Федерации

Какие проекты рассматриваются: благотворительные программы компаний, направленные на профессионализацию некоммерческого сектора в регионе, обучение сотрудников некоммерческих организаций, поддержку ресурсных центров и широкого круга НКО.

Приоритет: программы, которые реализуются на условиях равноправного партнерства с НКО, региональными и местными органами власти, другими бизнес-структурами.

Артем Шадрин

Директор Департамента стратегического развития и инноваций Минэкономразвития России

Министерство экономического развития Российской Федерации в течение десяти лет является партнером Форума Доноров в рамках проекта «Лидеры корпоративной благотворительности», что дает возможность не только познакомиться с лучшими благотворительными программами крупнейших российских компаний, но и создать основу для расширения конкретного взаимодействия с бизнес-структурами – участниками проекта.

Минэкономразвития России участвует в проведении конкурса по номинации «Лучшая программа (проект), способствующая развитию инфраструктуры деятельности некоммерческих организаций, благотворительности и добровольчества в регионе присутствия компании». Поддержка инфраструктурных некоммерческих организаций является критически важной в условиях того, что российский некоммерческий сектор находится в стадии своего становления и развития. Поэтому особое внимание в ходе рассмотрения проектов по номинации уделяется корпоративным программам, ориентированным на поддержку ресурсных центров НКО, которые призваны оказывать реальную поддержку другим некоммерческим организациям, выступить ядром консолидации общественных сил для решения социальных проблем.

Эксперты Минэкономразвития России при отборе проектов рассматривают деятельность ресурсных центров некоммерческого сектора достаточно широко – от организации различных мероприятий, консультаций, программ методической поддержки НКО до содействия органам государственной власти в развитии некоммерческого сектора. В рамках программ ресурсных центров может проводиться

обучение сотрудников некоммерческих организаций, распространение успешных практик реализации социально ориентированных проектов. При этом деятельность таких ресурсных центров, работающих при поддержке корпоративных программ, может распространяться сразу на несколько субъектов Российской Федерации, особенно если география программ распространяется на несколько регионов присутствия компании.

В 2017 году в номинации Минэкономразвития России особое внимание уделялось поддержке программ, обеспечивающих системный подход к благотворительной деятельности, отражающих современную тенденцию на развитие эффективной кооперации между крупным бизнесом, органами государственной власти, органами местного самоуправления и некоммерческими организациями.

Минэкономразвития России как федеральный орган исполнительной власти, ответственный за выработку государственной политики в области благотворительности и поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций, будет продолжать уделять большое внимание корпоративной благотворительности. Активное и содержательное взаимодействие с бизнесом, реализующим благотворительные программы, позволит консолидировать совместные усилия для решения социальных проблем и достижения целей общественного развития.



I место

Корпоративная благотворительная программа
«Формула хороших дел»
СИБУР

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ: стимулирование качественных позитивных изменений в регионах деятельности компании СИБУР в тесном взаимодействии со всеми заинтересованными сторонами: местными органами власти, некоммерческими и общественными организациями, жителями городов.

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с февраля 2016 года.

БЮДЖЕТ: 109 млн рублей.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: Прямые благополучатели: организации – победители грантовых конкурсов и партнеры по реализации специальных межрегиональных проектов. Конечные благополучатели: целевые аудитории всех проектов, реализуемых компанией или при ее поддержке.

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

До 2016 года компания осуществляла активную деятельность в области реализации благотворительных и спонсорских инициатив, однако разрозненность проектов и несистемный подход к их отбору, управлению, реализации и освещению не позволял в полной мере использовать благотворительность как инструмент управления нематериальными рисками, формирования лояльности заинтересованных сторон и решения других бизнес задач компании.

Принятие решений о выделении средств на благотворительные и социально значимые проекты/программы осуществлялось на постоянной основе в течение года в рамках выделенного на каждый регион бюджета. Решения базировались на поступающих от потенциальных благополучателей запросах на имя генеральных директоров предприятий в регионах. Такой подход позволял учитывать реальные потребности организаций и отдельных граждан, однако реализуемые на средства компании проекты были направлены в основном на устранение последствий, а не причин, существующих проблем и не гарантировали долгосрочный и устойчивый результат в интересах различных групп заинтересованных сторон. Важным фактором также стало выявленное в ходе репутационных аудитов отсутствие у заинтересованных сторон четкой связи между брендом компании СИБУР и конкретными предприятиями, а также между благотворительной деятельностью компании и теми реальными улучшениями, которые происходили в городах на протяжении последних лет по инициативе и на средства СИБУРа.

Поэтому в 2015 году было принято решение о разработке единой благотворительной программы, которая объединит и структурирует все социально значимые проекты самой компании и ее благополучателей в 17 городах присутствия компании.

На этапе разработки программы проводились консультации с различными группами заинтересованных сторон, в том числе:

- в Корпоративном Центре и на предприятиях с подразделениями, задачи которых могут быть частично решены в рамках программы HR, PR, GR – для учета их пожеланий;
- с руководителями предприятий по процедурным изменениям;
- с представителями региональных и муниципальных органов власти по оптимальному механизму дальнейшего взаимодействия в связи с введением единых правил для всех регионов;
- с профессиональным сообществом в сфере КСО и благотворительности по структуре программы и механизмам ее реализации.

Вся информация о программе собрана на специальном сайте, посвященном реализации программы в ключевом городе компании Тобольске.

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ

- Систематизация благотворительной деятельности и включение ее в контекст бизнес-стратегии компании.
- Структурирование управления благотворительной деятельностью, в том числе процесса отбора и реализации благотворительных проектов, отчетности по ее итогам, введение критериев оценки эффективности проектов.
- Повышение эффективности реализуемых проектов, в том числе через формирование лояльности целевых аудиторий по отношению к компании.
- Развитие инфраструктуры деятельности некоммерческих организаций, благотворительности и волонтерства в регионах присутствия.

НАПРАВЛЕНИЯ

Программа «Формула хороших дел» реализуется по шести приоритетным для компании и социально значимым направлениям:

«Развитие городов»: содействие устойчивому развитию и повышению качества жизни в городах присутствия.

«Образование и наука»: поддержка и развитие химической науки, других естественных и точных наук, естественно-научного образования и продвижение химической отрасли как перспективной для карьерного роста и развития.

«Спорт и здоровый образ жизни»: создание условий для занятий спортом и популяризация здорового образа жизни.

«Охрана окружающей среды»: экологическое просвещение, организация и поддержка природоохранных мероприятий.

«Культура»: содействие в реализации культурных проектов и развитие детско-юношеского творчества.

«Волонтерство»: объединение работников и жителей регионов присутствия Группы СИБУР вокруг общечеловеческих ценностей и вовлечение их в собственные социально значимые проекты.

Программа включает **три основных блока**:

1. Специальные межрегиональные проекты, иницируемые компанией при участии одного или нескольких федеральных партнеров и реализуемые в нескольких городах/регионах программы в течение года.

2. Поддержку социально значимых проектов и инициатив региональных некоммерческих организаций (государственных и муниципальных учреждений социальной сферы, благотворительных фондов и др.) через организацию грантового конкурса.

3. Развитие волонтерства внутри компании и во внешнем контуре.

В 2016 году первое и второе направления были выбраны в качестве приоритетных.

ЭТАПЫ ПРОГРАММЫ

Программа реализуется на постоянной основе. В течение года деятельность по программе осуществляется в соответствии с общим графиком:

1. Январь: подписание договоров с победителями грантового конкурса, с партнерами по реализации межрегиональных проектов; подготовка единого сводного графика реализации всех проектов по городам.

2. Февраль – декабрь: реализация всех проектов в соответствии с графиком. Консультирование благополучателей и партнеров по всем аспектам участия в программе, социального проектирования, бюджетирования и отчетности и т.д.

3. Сентябрь – октябрь: проведение очередного грантового конкурса, сбор заявок из регионов.

4. До 15 октября: сбор предложений от партнеров по реализации специальных межрегиональных проектов.

5. Начало декабря: голосование жителей Тобольска за проекты, представленные на грантовый конкурс и имеющие общегородское значение.

6. Ноябрь – декабрь: подведение итогов, выбор победителей грантового конкурса, утверждение специальных межрегиональных проектов, согласование бюджетов на следующий год.

СОТРУДНИЧЕСТВО

Взаимодействие с партнерами в регионах и на межрегиональном уровне является ключевой составляющей программы «Формула хороших дел». При этом компания учитывает, что в большинстве городов присутствия сектор НКО пока развит относительно слабо, и основную часть контрагентов представляют государственные и муниципальные учреждения социальной сферы: школы, учреждения дошкольного, дополнительного школьного, внешкольного образования, ВУЗы, спортивные школы и клубы, учреждения культуры и пр.

Стратегический приоритет компании – наращивать компетенции и потенциал региональных партнеров и благополучателей в социальной сфере, чтобы в будущем они могли самостоятельно решать актуальные городские проблемы, пла-

нирывать и привлекать необходимые ресурсы из разных источников, расширять волонтерскую составляющую своей деятельности.

Для достижения этой цели компания реализует комплекс мер:

- проводит онлайн и телефонные консультации региональных партнеров по выделенному номеру телефона и электронной почте в режиме 24/7;

- инициирует собственные информационные и образовательные мероприятия для контрагентов:

- ✓ после запуска программы ответственные сотрудники в регионах провели очные встречи с потенциальными благополучателями и разъяснили им правила подготовки проектов на конкурс и дальнейшего взаимодействия с компанией;

- ✓ в сентябре 2016 года в Тобольске прошел двухдневный семинар «Основы социального проектирования», в котором приняли участие более 100 представителей учреждений социальной сферы и некоммерческих организаций города. В ходе семинара помимо непосредственно социального проектирования рассматривались такие актуальные для контрагентов вопросы, как взаимодействие с органами власти и использование современных каналов коммуникаций для повышения эффективности проектов;

- интегрирует образовательный компонент в специальные межрегиональные проекты. Так, в 2016 году были проведены:

- ✓ в рамках спортивного проекта «Школа баскетбола» – методические семинары для тренеров из детско-юношеских спортивных школ, участниками стали 286 человек. Ведущие семинаров – тренеры БК «Зенит», представители Московской государственной академии физической культуры;

- ✓ в рамках проектов «Я люблю науку» и «Я люблю химию» – методические семинары для учителей, их посетили более 550 человек. Ведущими стали представители Ассоциации учителей и преподавателей химии, главный редактор журнала «Химия в школе», преподаватели химического факультета МГУ;

- поддерживает проекты по развитию благотворительности и волонтерства, представленные на грантовый конкурс: например, в Тобольске победителем конкурса дважды становился тюменский региональный общественный фонд «Старшее поколение», который организовал в городе школу волонтерского мастерства для лиц пожилого возраста «Года, несущие радость».

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

Компания осуществляет регулярное информирование всех заинтересованных сторон о ходе реализации программы и достигнутых результатах. Помимо выделенной телефонной линии и адресов электронной почты, для этого используются такие каналы, как:

- Личные встречи, инициированные компанией или проходящие в рамках деятельности предприятий. Например, в Тобольске действует Общественный совет Тобольской промышленной площадки, в состав которого входят представители местных органов власти и управления, некоммерческих и общественных

организаций, СМИ. Совет собирается несколько раз в год. В рамках программы «Формула хороших дел» Совет участвует в оценке заявок, поступивших на грантовый конкурс, и имеет право приоритетного выбора одного проекта, имеющего общегородское значение.

- Распространение информации в СМИ в формате анонсирующих и итоговых пресс-релизов, репортажей, фотоотчетов, интервью. В 2016 году в печатных и онлайн СМИ вышло более 1500 публикаций, 133 телесюжета и 565 радиоэфиров. Совокупная аудитория в социальных сетях составила 3,5 млн человек.

- Информирование со стороны организаторов и партнеров проектов, реализуемых при поддержке компании.

- Социальный отчет.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Количественные результаты реализации программы «Формула хороших дел» в 2016 году:

- Охвачено 17 городов.
- Выдано 168 грантов на реализацию социально значимых проектов в городах реализации программы.

- Реализован 21 специальный межрегиональный проект.

- Участниками проектов стали более 33 000 человек, в том числе более 3000 сотрудников компании.

- В прессе вышло более 2200 публикаций и сюжетов о проектах и мероприятиях в рамках программы «Формула хороших дел».

- В голосовании за лучшие социальные проекты в рамках грантового конкурса в Тобольске приняли участие 5% жителей города (пилотный конкурс), почти 10% жителей (выбор проектов на 2017 год).

- Проект фонда «Жизнь без границ» – Фестиваль талантов для детей и подростков с инвалидностью «От звезды до звезды», получивший поддержку СИБУРа по итогам грантового конкурса-2016, на региональном съезде социально ориентированных НКО Нижегородской области получил премию в номинации «Лучший проект 2016 года».

Качественные результаты реализации программы в 2016 году:

- Систематизация и унификация всей благотворительной деятельности компании;

- Формирование четкой и устойчивой взаимосвязи бренда программы «Формула хороших дел» и компании СИБУР (по результатам социологических опросов и репутационного аудита);

- Активизация социального проектирования в регионах в связи с введением конкурсного принципа распределения грантов;

- Повышение качества и уровня заявляемых проектов, проектной и финансовой дисциплины контрагентов;

- Активизация волонтерского потенциала сотрудников компании, их активное участие в мероприятиях программы «Формула хороших дел».

СТРАТЕГИЯ ОЦЕНКИ

Оценка проекта осуществляется по нескольким направлениям:

- изучение контрагентов в регионах присутствия компании, которое позволит увидеть наиболее полную картину как текущего положения контрагентов, так и их запросов, потребностей, потенциала;
 - репутационные аудиты и оценка социальных настроений в регионах присутствия компании, которые позволяют оценить степень информированности о программе, связи между брендом программы и брендом компании, удовлетворенности жителей и контрагентов взаимодействием с компанией в рамках программы;
 - оценка проектов, реализуемых в рамках программы, как по итогам грантового конкурса, так и специальных межрегиональных проектов, осуществляется по определенным критериями, которые включают:
 - ✓ обратную связь от сотрудников, ответственных в регионах за реализацию программы «Формула хороших дел» – заполнение формы обратной связи;
 - ✓ отчетность контрагентов, в которой должны быть отражены критерии оценки эффективности проекта и их достижение/выполнение;
 - ✓ обратную связь от конечных благополучателей/целевой аудитории самих проектов;
 - ✓ оценку подразделений компании, чьи задачи были интегрированы в те или иные проекты – заполнение таблицы с выделенными группами критериев.
- Группы критериев включают в себя:
- соответствие приоритетам компании;
 - соответствие специфике и потребностям региона;
 - оценка самого проекта;
 - оценка контрагента в ходе реализации проекта.

ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ

По итогам второго конкурса в рамках программы «Формула хороших дел» при поддержке компании в 17 городах России будет реализовано 130 социально значимых проектов, большинство которых направлено на развитие городской и социальной инфраструктуры, а также на поддержку и развитие детского спорта. Кроме того, значительную часть составляют заявки от образовательных учреждений, дворцов детско-юношеского творчества и местных благотворительных фондов.

Также в 2017 году официально запущена полноценная программа развития корпоративного волонтерства.

Стратегические/долгосрочные задачи:

- Повышение эффективности системы управления благотворительной программой с ориентацией на долгосрочность, системность, контролируемость

социальных инвестиций в соответствии с задачами компании и в тесном сотрудничестве с местными органами государственной власти.

- Обеспечение перехода на долгосрочное планирование и бюджетирование.

По региональным проектам:

- Повышение общего уровня заявок, подаваемых на конкурс социально значимых проектов, путем реализации образовательной программы для представителей некоммерческих, общественных, муниципальных организаций в регионах.

По межрегиональным проектам:

- Объединение специальных межрегиональных проектов в комплексные программы по направлениям с целью обеспечения достижения устойчивых и долгосрочных результатов.

Юлия Ракчеева

Минэкономразвития России

Компания СИБУР поддерживает проекты, направленные на устойчивое развитие регионов присутствия и устранение причин существующих в обществе проблем с учетом социально-экономических, природных и культурных особенностей и актуальных проблем регионов присутствия. Компания также строит отношения с заинтересованными сторонами на основе равноправного партнерства, осуществляет благотворительную деятельность на системной, долгосрочной основе. Ежегодная оценка достигнутых результатов способствует повышению эффективности благотворительной деятельности. Представленная технология благотворительной деятельности заслуживает высокой оценки и тиражирования как лучшей практики.



II место

Проектная лаборатория «Город своими руками»
в Ханты-Мансийске

ПАО «Газпром нефть»

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ: использование потенциала гражданской активности в развитии культурной среды города Ханты-Мансийска, развитие нового функционала в традиционных учреждениях культуры для появления в них «третьих мест» – крытых общественных пространств для разнообразного времяпрепровождения и самореализации горожан. Сверхцель заключается в изменении участниками проекта видения города и осознания самих себя в городе.

БЮДЖЕТ: 4,5 млн рублей.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: сотрудники учреждений культуры; представители неформальных культурных сообществ; молодежь города.

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

В 2015 году совместно с Институтом «Стрелка» была запущена проектная лаборатория «Город своими руками» в Омске – первый проект в городе, направленный на комплексную работу с городским сообществом и рассчитанный на практическую реализацию идей жителей по развитию общественных пространств. Идея запустить подобный проект базировалась на двух основных тенденциях в Омске:

1. Городская среда Омска долгое время находится в состоянии стагнации.

2. В городе начали появляться сообщества активистов, желающих внести свой вклад в развитие города.

Проект «Город своими руками» направил энергию активистов на решение актуальных проблем городской среды. В ходе работы было сформировано устойчивое сообщество горожан, готовых претворять свои идеи в жизнь. В него вошли городские активисты с опытом реализации проектов, молодые люди без проектного опыта, представители городской власти, эксперты в сфере урбанистики, бизнесмены. Проект позволил создать методологию образовательной программы, которая может быть использована в разных городах.

Исторически Ханты-Мансийск развивался в первую очередь как административный центр и на данный момент характеризуется недостаточным вниманием к удобству города для жизни. Результаты предпроектного исследования показали, что общественные пространства в Ханты-Мансийске практически отсутствуют и фактически являются «неживыми» как летом, так и зимой. В то же время в Ханты-Мансийске есть большое число культурных институций и творческих сообществ, которые могли бы выступить драйверами преобразования общественных пространств в востребованные жителями объекты.

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ

- Создание условий для эффективного взаимодействия между различными участниками культурной жизни города – учреждениями культуры и неформальными творческими объединениями.
- Стимулирование сотрудничества всех ключевых участников городского развития: представителей власти, культурных учреждений, активных горожан, экспертов.
- Поддержка инициатив жителей Ханты-Мансийска по развитию творческих индустрий на базе учреждений культуры.
- Развитие человеческого капитала территории – формирование навыков проектирования, привлечения инвестиций и самостоятельной реализации проектов.

ЭТАПЫ ПРОГРАММЫ

Реализация проекта предусматривала несколько этапов:

1. Подготовительный этап: проведение исследования культурного ландшафта города, разработка программы проектной лаборатории (июнь-июль 2016 года).
2. Подготовка проекта к запуску: приглашение участников, поиск внешних сотрудников проекта (август-сентябрь 2016 года).
3. Реализация программы проектной лаборатории в Ханты-Мансийске (сентябрь-ноябрь 2016 года).
4. Подведение итогов, определение дальнейшего пути развития проекта (декабрь 2016 года).

Первым этапом проекта стало проведение предпроектного исследования культурного ландшафта Ханты-Мансийска, которое было призвано показать потенциал, связанный с развитием городского пространства. Прежде чем предложить программу проекта, необходимо было описать текущую ситуацию с ее возможностями и вызовами, выявить наличие или отсутствие активных горожан, готовых и желающих изменять культурную среду путем проектной деятельности, оценить готовность культурных институций содействовать подобным проектам. Исследование состояло из предварительного мониторинга, анализа материалов блогосферы и социальных сетей и полевого этапа, который включал развернутые глубинные интервью и включенное наблюдение.

Главным результатом исследования стало выявление вызовов, характерных для сегодняшнего культурного ландшафта Ханты-Мансийска. Город имеет достаточно высокий уровень содержания и развитую инфраструктуру, он удобен для жизни, но при этом локальная идентичность очень размыта, наблюдается высокая интенсивность миграции.

При разработке программы проекта основной акцент был сделан на переосмыслении работы учреждений культуры и создании на их площадках так называемых «третьих мест».

«Третьи места» — это общественные пространства под крышей, открытые для реализации идей и проектов горожан, а также для свободного использования (отдыха, общения и работы).

Второй этап проекта заключался в создании проектной лаборатории – обучающей экспериментальной площадки, на которой в рамках образовательного процесса разрабатываются и реализуются городские проекты. По итогам исследования была определена цель проектной лаборатории, которая состояла в развитии нового функционала в традиционных учреждениях культуры для появления в них «третьих мест». Образовательная программа лаборатории направлена на обучение инициативных горожан проектной деятельности. Общая механика проектной лаборатории предполагает, что участники проекта под руководством кураторов проходят путь от проведения исследований, определения проблем и возможностей до практической реализации проекта и поиска дальнейшего направления его развития.

Всего в ходе проектной лаборатории в Ханты-Мансийске были проведены одна установочная и три проектных мастерских: первая для всех участников и три тематических мастерских для каждой из трех команд участников. Каждая проектная мастерская проводилась на площадке учреждения, ставшего партнером проекта.

Установочная мастерская «Городские исследования» проводилась с 16 по 25 сентября 2016 года и была направлена на уточнение идей «третьих мест» на основе результатов исследования города, формирование первичных идей проектов. По итогам мастерской осталось три площадки, с которыми участники захотели работать: антикафе в Библиотеке № 6, зал-трансформер в КТЦ «Югра-Классик» и Живое пространство «Вдох». Кураторами мастерской стали городской антрополог Михаил Алексеевский и режиссер документального кино Наталья Касьянова.

Цель проектных мастерских, которые проводились в октябре-ноябре 2016 года, заключалась в тестировании возможности трансформации участвующих в проекте городских учреждений и неформальных творческих площадок в центры культурного развития города. Участниками проектной лаборатории было разработано и реализовано три тестовых проекта.

1. Мастерская «Документальный театр»

Первым проектом, реализованным в рамках проектной лаборатории, стал спектакль «Ханты TRAVEL», созданный в жанре документального театра под руководством драматурга Марины Крапивиной. Спектакль был подготовлен за две недели сборной командой из представителей официальных учреждений, актеров любительских коллективов и непрофессиональных актеров, впервые выступавших на сцене. В основу спектакля легли собранные участниками и куратором материалы из аудиозаписей интервью с разными жителями города.

Премьерный показ спектакля состоялся 4 ноября 2016 года в рамках Ночи искусств в КТЦ «Югра-Классик». Новый для Ханты-Мансийска формат документального спектакля о городе был успешно протестирован, получил хорошие отзывы у зрителей (премьеру спектакля посетили 84 человека).

2. Мастерская образовательных проектов на базе городской библиотеки № 6

В рамках мастерской Бориса Куприянова, куратора программы обновления московских библиотек, сооснователя книжного магазина «Фаланстер», была реа-

лизована экспериментальная программа из трех направлений для трех разных аудиторий:

- для активных семей с детьми – Семейный клуб «Самарово»;
- для тех, кого интересуют вопросы профессионального самоопределения и саморазвития, – PROФлаборатория;
- для тех, кому интересно узнавать и создавать новые городские традиции, – мастерская «Идеи для города».

Запуск новых направлений работы в долгосрочной перспективе поможет библиотеке трансформироваться в полноценный культурный центр.

3. Художественная мастерская

Проект предусматривал создание концепции лэнд-арт объекта для Иртышской набережной на базе арт-пространства «Вдох». Объект должен был способствовать объединению и творческой реализации горожан, стать площадкой для выставок и мероприятий. Куратором проекта выступил художник, специалист направления лэнд-арт, основатель арт-резиденции «Никола-Ленивец» Николай Полисский.

В мастерской приняли участие молодые художники и дизайнеры Ханты-Мансийска. Важным этапом проекта стал этап поиска и взаимодействия с партнерами. Так, к обсуждению проекта были привлечены главный архитектор города, администрация парка «Самаровский чугас», представители Музея природы и человека Ханты-Мансийска.

Участники художественной мастерской выбрали Иртышскую набережную в качестве места, с которым им было бы интересно работать. Главная причина такого решения – недооцененность потенциала воды и набережной в городской жизни. Для участников стало важным, чтобы процесс строительства арт-объекта был объединяющим горожан коллективным действием, которое сможет привлечь внимание и к самому объекту, и к набережной. Образ арт-объекта участники искали в сказках народов ханты и манси. К финалу мастерской был найден образ рыбы из хантыйской сказки.

Третьим этапом проекта стало подведение итогов проектной лаборатории и обсуждение дальнейших планов по развитию проектов.

С целью проведения финальной рефлексии для участников проекта известный Арт-терапевт Анна Ше организовала итоговое практическое занятие. В рамках семинара с помощью цвета участники выразили свое видение города и возможности для самореализации в нем, сформировали образ города, определили возможности для развития творческих людей в Ханты-Мансийске.

Для содержательного подведения итогов проекта был организован воркшоп «Городская культура» под руководством профессора и руководителя Школы культурологи Высшей школы экономики Виталия Куренного. Участники обсудили результаты каждой из мастерских и определили направления для развития лаборатории на 2017 год.

Все мероприятия проектной лаборатории были нацелены на творческую самореализацию горожан и понимание ими тех творческих процессов, в кото-

рых они могут принимать активное участие или которые они могут создавать самостоятельно. Совместная работа представителей культурных институций и неформальных творческих объединений позволила участникам по-другому взглянуть на существующие форматы работы учреждений культуры, наметить пути их трансформации в соответствии с запросом со стороны местного сообщества.

СОТРУДНИЧЕСТВО

Одна из главных ценностей «Города своими руками» состоит в том, что участие в проекте может принять любой житель города. Горожане получают возможность не только участвовать в образовательных и практических мероприятиях лаборатории, но и пользоваться результатами реализованных участниками проектов. Эксперты Института «Стрелка» отвечают за содержательную и организационную часть проектной лаборатории, а также за взаимодействие с участниками. Работа с участниками ведется как лично во время мероприятий, так и в регулярном режиме удаленно.

Целевой аудиторией проекта в Ханты-Мансийске стали:

- сотрудники учреждений культуры;
- представители неформальных культурных сообществ;
- молодежь города.

Важнейшим условием проектной лаборатории «Город своими руками» является самостоятельная разработка и реализация микропроектов участниками. Они сами проходят весь путь от исследований до фактического воплощения инициатив. Решение о том, какие проекты будут реализованы, принимают участники. Эксперты и кураторы выполняют образовательную функцию и могут давать рекомендации по доработке проектов, но не делать что-то за участников.

На начальном этапе реализации проекта в качестве партнеров были привлечены:

- администрация Ханты-Мансийского округа;
- администрация Ханты-Мансийска;
- учреждения культуры и творческие команды Ханты-Мансийска.

С сотрудниками каждого из учреждений были проведены переговоры-обсуждения по выявлению запросов на новые форматы и темы проектов. Представители власти были заинтересованы в реализации проекта. Прежде всего, они помогали распространять информацию среди потенциальных участников и учреждений культуры Ханты-Мансийска.

Основными партнерами лаборатории в Ханты-Мансийске стали: Городская библиотека № 6, Концертно-театральный центр «Югра-классик», а также команда Живого пространства «Вдох».

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

Одним из самых эффективных инструментов коммуникации стала официальная группа «Города своими руками» в социальной сети «ВКонтакте». Более 240 подписчиков регулярно следили за ходом проектной лаборатории. В группе регулярно

публиковались новости и фотографии с каждой встречи. Зарегистрироваться на мероприятия мог любой участник.

Работа со СМИ предполагала достижение договоренностей с региональными информационными партнерами и размещение информации о проекте. В 2016 году о проектной лаборатории вышло 5 видеосюжетов в эфире местного телевидения. В съемках принимали участие приглашенные эксперты проекта. Также был опубликован ряд информационных материалов в интернет-СМИ Ханты-Мансийска.

В качестве коммуникационного инструмента также можно выделить личные встречи с местными органами власти, работниками учреждений культуры, представителями местного сообщества.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Количественные результаты проекта:

- в ходе проекта 47 участников приняли участие в мастерских, разработали в командах и реализовали свои проекты;
- более 500 посетителей пришли на мероприятия организаторов и участников проектной лаборатории;
- за время проекта было проведено 5 тематических воркшопов;
- организовано более 100 рабочих встреч участников проекта.

Качественные результаты проекта:

- ключевой ценностью работы лаборатории стала возможность для ее участников самостоятельной реализации собственных проектов. Все лидеры проектов получили опыт управления проектом и работы с командой;
- развитие человеческого капитала территории – формирование навыков проектирования, привлечения инвестиций и самостоятельной реализации проектов;
- по завершении проекта участниками были сформированы независимые проектные команды, которые приняли участие в грантовом конкурсе компании и получили возможность воплотить свои идеи в жизнь;
- в рамках работы лаборатории было выстроено взаимодействие с администрацией города, культурными институциями и независимыми творческими объединениями. Участники получили возможность услышать друг друга, лучше понять потребности каждой группы и объединить усилия для более эффективной работы;
- профессионализация и обучение сотрудников учреждений культуры Ханты-Мансийска, развитие творческих объединений.

ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ

В ходе реализации проекта в 2016 году были определены основные проблемы и трудности, которые следует учитывать в дальнейшем. Так, существенной преградой для выхода на устойчивые проекты стало отсутствие мотивации и готовности к полноценному партнерству со стороны официальных учреждений и неформальных творческих сообществ города.

Несмотря на некоторые трудности в процессе реализации, проект «Город своими руками» дал возможность учреждениям культуры на практическом опыте понять запросы молодежи и научиться разрабатывать для них актуальные проекты. Творческие сообщества получили опыт развития партнерских отношений с учреждениями культуры и администрацией города.

Юлия Ракчеева

Минэкономразвития России

Проектная лаборатория «Город своими руками» в Ханты-Мансийске ПАО «Газпром нефть» представляет собой инновационный подход к повышению качества жизни в городах присутствия компании. Порядок, условия и принципы конкурса волонтерских проектов «Газпром нефти» позволяют сделать вывод об эффективной системе корпоративного волонтерства. Инвестиции компании направляются на развитие человеческого капитала и создание возможностей для жителей участвовать в развитии города.



III место

«Поддержка социально ориентированных некоммерческих организаций»

КРМГ

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ: развитие третьего сектора, повышение его профессионализма и эффективности.

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с 2007 года.

БЮДЖЕТ: 3 850 000 рублей.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: некоммерческие организации, осуществляющие поддержку детям социального и биологического риска.

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

Программа была инициирована в 2007 году с целью **поддержать некоммерческие организации, поддерживающие целевую аудиторию социальных программ КРМГ – детей социального и биологического риска.** Под детьми социального риска подразумеваются дети из кризисных семей и интернатных учреждений, а биологического – дети с нарушениями и с установленной инвалидностью, а также тяжелыми заболеваниями.

Учитывая сервисный характер деятельности компании, этот подход был перенесен на социальную сферу. Фокусом внимания было выбрано развитие услуг профессиональной помощи для целевой группы путем поддержки сервисных некоммерческих организаций. Россия значительно отстает от развитых стран мира по количеству, качеству и доступности социальных услуг для уязвимых категорий населения. Актуальность задачи становилась понятна по мере развития отношений с некоммерческим сектором, занимающимся этой целевой группой в России. Объективная потребность в поддержке этой категории НКО обусловлена тем, что в большинстве своем финансовую, ресурсную и волонтерскую поддержку получают НКО, занимающиеся острыми вопросами здоровья детей и адресным сбором средств, в то время как НКО, занимающиеся проблемами детей более системно, получают значительно меньше поддержки и средств доноров. Последние являются либо непосредственными сервисными провайдерами, либо содействуют развитию социальных услуг на территории России.

Ежегодно в рамках программы «Поддержка СО НКО» КРМГ перечисляет средства НКО в виде пожертвований на поддержку уставной деятельности и административные расходы. НКО распоряжаются ими в течение года и затем представляют финансовый и содержательный отчеты о полученных средствах. Программа является устойчивой с ежегодно повторяющимся циклом. Содержательные отчеты публикуются в корпоративном издании The Daily News по мере получения.

Бюджет программы в 2016 году составил 3 850 000 руб. Эти средства были распределены между восемью экспертными организациями, которые осуществ-

вляют самые инновационные практики в социальной сфере: «Большая Перемена», «Волонтеры в помощь детям-сиротам», «Детский Паллиатив», студия «Дети Марии», «Институт развития семейного устройства», «Обнаженные Сердца», «Подари Жизнь», «Центр лечебной педагогики».

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ: поддержка уставной деятельности в части предоставления профессиональных социальных услуг и распространение информации среди профильных специалистов (развитие социальных услуг через распространение знаний об эффективных социальных технологиях), а также участие в компенсации административных затрат организаций.

РЕЗУЛЬТАТЫ

- Воспитанники и выпускники закрытых учреждений для детей-сирот (БФ «Большая перемена»), посетившие за 2016 год 2 938 занятий по предметам школьной программы и 19 мероприятий в рамках развивающих и познавательных программных модулей.

- 82 семьи получили помощь в рамках программы «Профилактика социального сиротства» БФ «Волонтеры в помощь детям-сиротам», удалось предотвратить 12 отказов от новорожденных.

- 39 воспитанников разных социальных учреждений провели две недели в летнем лагере «Сорочаны» студии «Дети Марии». Лагерь нацелен на создание дружеской, семейной атмосферы, психологически благоприятной и безопасной обстановки, в то же время у ребенка из детского дома есть возможность научиться чему-то новому и полезному.

- 16 поддонов под туристические палатки для детей в инвалидных креслах было собрано и установлено летом 2016 года в рамках выездного волонтерского проекта «Детский лагерь на Валдае». Лагерь «Лесная сказка» является интегративным: летом в нем отдыхают семьи с детьми с множественными нарушениями, которые занимаются в Центре лечебной педагогики.

- Стажировка для 10 специалистов ОРИТ в детском стационаре Медицинского центра имени Хаима Шибы (Тель-Авив, Израиль) была организована фондом «Детский паллиатив» при поддержке КПМГ. Кроме того, при поддержке КПМГ велась работа над нормативно-методическим обеспечением, регулирующим нормы совместного пребывания ребенка и родителя.

- 25 специалистов из разных регионов России приняли участие в интенсиве «Психологическая помощь приемному ребенку», поддержанном КПМГ. В течение пяти дней эксперты делились опытом с коллегами. Также при поддержке КПМГ был проведен базовый курс «Отбор и подготовка принимающих родителей», предназначенный для обучения новых и начинающих тренеров Школ приемных родителей.

- При поддержке КПМГ фондом «Обнаженные сердца» был проведен V форум «Каждый ребенок достоин семьи», проводимый ежегодно для ведущих российских

и зарубежных экспертов в области детского развития и специалистов некоммерческих организаций по поддержке семей с детьми с особенностями развития и приемных семей. Форум посетило 700 человек, включая 120 спикеров из разных стран.

- Фонд «Подари жизнь» при поддержке КПМГ провел 6-й семинар «Благотворительность против рака» для НКО России, действующих в сфере детской онкологии, в целях усиления общественной поддержки детей, находящихся на лечении в региональных клиниках. Задачами семинара является повышение эффективности работы НКО в регионах, координация действий противораковых НКО, обмен опытом по оказанию общественной поддержки детям, больным раком, и их семьям. Участниками семинара стали 130 сотрудников НКО из 38 городов.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВОЛОНТЕРОВ

Основная форма сотрудничества с партнерскими НКО – финансовые пожертвования. Однако КПМГ помогает не только средствами, но и проведением волонтерских акций по запросу НКО, предоставлением услуг в формате *pro bono*, а также материальными ресурсами (т.н. *in kind*). Волонтерские акции проводятся как в самостоятельно, так и совместно с другими компаниями и всегда направлены на удовлетворение конкретных потребностей обратившейся НКО. Также, помимо финансовой или волонтерской поддержки, КПМГ оказывает административную помощь на подобных мероприятиях, понимая, что на это у НКО ресурсов чаще всего не хватает. Любой проект вне зависимости от масштаба рассматривается как самостоятельный и требующий профессиональной подготовки и проведения, а также последующей оценки эффективности.

Поощрение волонтеров осуществляется различными способами: публикацией итогов и благодарности в корпоративном издании, вручением памятных сувениров, общением с первыми лицами компании. Также в компании есть т.н. паспорта волонтера, в которые по мере участия в различных акциях клеиваются наклейки разных категорий (в зависимости от категории волонтерского мероприятия: *ecology, communities, education*). Когда паспорт заполняется наклейками, волонтер обменивает его на сувенир с фирменной символикой КСО (толстовка, сумка, футболка и т.д.). В целом за 2016 год было чуть более тысячи уникальных волонтеров и более 3 000 волонтерских часов. Из года в год количество волонтеров медленно, но неуклонно растет.

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

В связи с тем, что после создания фонда КПМГ в 2015 году появилась необходимость ежегодно отчитываться перед Министерством юстиции, это можно рассматривать как информирование местных властей о программе. О фондах, которые КПМГ поддерживает через свой корпоративный фонд, информация размещена в соответствующем разделе на сайте компании.

СТРАТЕГИЯ ОЦЕНКИ

В оценке результатов компания опирается на отчеты своих партнеров, получающих финансовую помощь. Эти отчеты содержат информацию о количестве благополучателей, а также качественные результаты, демонстрирующие изменения в жизни целевой группы (решение конкретной социальной проблемы). Эта информация связана с проблемами целевых групп, например, количество несостоявшихся отказов от младенцев у женщин групп риска и их истории преодоления кризисных ситуаций, в которых они оказались, или динамика у детей с нарушениями.

Социальный результат у данных целевых групп измерить сложно, поскольку это многофакторные изменения, зависящие не только от прямого финансирования. Компания понимает, что для оценки эффективности необходимы исследования тех или иных воздействий, но в настоящее время в России такие исследования не проводятся.

Юлия Ракчеева

Минэкономразвития России

Компания реализует те проекты, которые соответствуют сфере компетенций ее сотрудников, и действует в той области, в которой может достичь наиболее значимых для общества результатов. Так, будучи компанией с сервисным характером деятельности, КРМГ очень оперативно отреагировала на потребность в поддержке сервисных некоммерческих организаций, системно оказывающих помощь детям социального и биологического риска.

Отмечу, что особенно ценными для НКО являются не столько финансовые пожертвования на их текущую деятельность и мероприятия, сколько та профессиональная поддержка, которую оказывают сотрудники и волонтеры КРМГ: администрирование мероприятий и проектов, рогопо-консультации, волонтерство in kind.

Поддерживаемые компанией НКО, таким образом, не только получают оперативную и высококвалифицированную помощь, но и учатся у специалистов международной консалтинговой компании, повышают свои компетенции и профессионализм, а также формируют устойчивые межсекторные связи.



Номинация

«Лучшая программа (проект), раскрывающая политику и принципы социальных инвестиций компании»

Партнер номинации: Российский союз промышленников и предпринимателей

Какие проекты рассматриваются: благотворительные программы и проекты компаний, раскрывающие связь этих программ с общей стратегией деятельности компании, качество организации работы и управления благотворительной деятельностью, результативность социальных инвестиций и благотворительных программ.

Приоритет: наличие у компании единых принципов и стандартов разработки и реализации благотворительных программ, ясность целей, последовательность и ориентированность на результат, наличие развитых механизмов формирования и эффективность реализации, сотрудничество, прозрачность деятельности.

Елена Феоктистова

Управляющий Директор по корпоративной ответственности, устойчивому развитию и социальному предпринимательству РСПП

Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП) поддерживает проект «Лидеры корпоративной благотворительности» и выступает партнером проекта в течение десяти лет. Учреждаемая РСПП номинация «Лучшая программа (проект), раскрывающая политику и принципы социальных инвестиций компании» ежегодно привлекает большое число компаний-участников.

За прошедший 10-летний период можно отметить и возросшее число проектов (программ) компаний, и улучшение качества представления информации. Участие компаний в социально-экономическом развитии территорий присутствия становится более системным и целенаправленным, в большей степени ориентированным на устойчивый результат. Компании-лидеры демонстрируют ответственность и управляют воздействием своей деятельности на общество и окружающую среду, включая экономическую, экологическую и социальную результативность.

При таком подходе социальная деятельность является важным элементом корпоративной ответственности с вектором направленности к Целям Устойчивого Развития (ООН). Компании стремятся к эффективному управлению процессами в этой сфере, как и всеми другими процессами, связанными с основной деятельностью, с реализацией стратегии развития. Социальные практики компаний демонстрируют стремление сочетать собственные интересы и интересы партнеров, вовлеченных в реализацию программ. Компании-лидеры внедряют и широко применяют эффективные технологии решения социальных задач, нацеленные

на достижение заданного результата, рациональное использование ресурсов не только финансовых, но и интеллектуальных. Активно используют грантовые конкурсы, волонтерскую деятельность сотрудников, наставничество в реализации проектов, обучение партнеров управлению проектами.

Экспертное жюри практически ежегодно оказывается перед достаточно сложным выбором, поскольку многие программы заслуживают признания. Мы видим свою задачу в том, чтобы поддерживать лучшие практики: как те, которые давно зарекомендовали себя и продолжают развиваться, так и новые проекты высокого качества. Наибольшую поддержку жюри в этом году получили долгосрочные программы, раскрывающие цели, принципы, стандарты разработки и реализации программ; связь с общей стратегией деятельности компании и актуальность для региона; результативность социальных инвестиций с оценкой показателей эффективности, применение новых идей, подходов и технологий, сотрудничество в реализации.

Из представленных проектов в этом году лучшими признаны:

– Корпоративная социальная программа «СДЕЛАЕМ ВМЕСТЕ!» компании «Металлоинвест» и комплексная программа развития городов присутствия «Качественная среда для жизни» компании «ЕвроХим», которые стали победителями в номинации.

– Лауреатами стали: Программа по развитию социального предпринимательства «Начни свое дело» АО «ОМК»; «Живем по-настоящему» Группы «МегаФон» и Комплексная программа «Наши любимые города» ПАО «ФосАгро».

– За высокую социальную значимость проекта отмечена дипломом Программа «Лыжи мечты» в Кемеровской области, ЕВРАЗ.

Поздравляем победителей и всех участников Конкурса с достижением высоких результатов в организации деятельности в области корпоративной благотворительности! Желаем новых успехов и интересных проектов!



Место

Корпоративная социальная программа
«СДЕЛАЕМ ВМЕСТЕ!»
Компания «МЕТАЛЛОИНВЕСТ»

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ: решение ряда наиболее актуальных локальных задач в городах присут-

ствия компании собственными силами граждан.

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с 2016 года.

БЮДЖЕТ: 7,3 млн рублей.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: местные жители, местные органы власти, муниципальные учреждения и организации, некоммерческие организации, представители малого и среднего бизнеса.

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

Программа реализуется в форме общегородского грантового конкурса в четырех городах присутствия компании. В рамках конкурса юридическим и физическим лицам (инициативным гражданам и группам) предоставляются гранты на реализацию социально ориентированных проектов, направленных на повышение качества жизни в городах присутствия компании.

Базовые направления конкурса:

- Развитие образования, научного, культурного и технического творчества.
- Развитие спорта и здорового образа жизни.
- Развитие культуры и народных традиций, краеведение.
- Патриотическое и духовное воспитание.
- Помощь социально незащищенным слоям населения.
- Развитие гражданской культуры и местного самоуправления.
- Развитие городской среды и поддержка экологических проектов.

Проект разработан и инициирован в соответствии с утвержденной стратегией компании, Политикой корпоративной социальной ответственности и отвечает ключевым задачам развития компании на территориях присутствия: снижение производственных, кадровых, политических и социальных рисков через формирование благоприятной для жизни работников и членов их семей социально-культурной среды, а также формирование ресурсов для устойчивого социально-экономического развития территорий присутствия.

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ

- Выявление и поддержка лучших социально ориентированных проектов, реализация наиболее значимых социальных инициатив путем совершенствования практик социального и муниципально-частного партнерства, развития взаимовыгодных отношений с основными субъектами городов присутствия компании

(включая региональные органы государственной власти и органы местного самоуправления).

- Выявление перспективных направлений грантовой поддержки, нацеленных на долгосрочное социальное развитие, способных стать точками роста городской среды.
- Повышение эффективности использования средств компании, выделяемых на обеспечение устойчивого развития городов присутствия, систематизация расходов на благотворительность, снижение бюджетозамещающих расходов.
- Подготовка городских лидеров, способных в среднесрочной перспективе самостоятельно решать локальные социальные задачи, обладающих навыками социального проектирования и самостоятельного привлечения ресурсов (финансирования) для решения актуальных городских вопросов.

ЭТАПЫ ПРОГРАММЫ

Предварительный этап:

До старта первого этапа программы во всех городах присутствия была проведена диагностика социального климата и сбор ожиданий от местных сообществ. На основании полученных данных были определены приоритетные направления конкурса и его номинации.

I этап. Старт конкурса: февраль

- размещение информации о конкурсе на интернет-ресурсах компании, а также в СМИ городов присутствия;
- проведение публичных мероприятий, посвященных старту конкурса.

На данном этапе во всех городах присутствия компании были проведены презентационные сессии, на которых потенциальным участникам была представлена информация об условиях и основных критериях конкурса и календаре его проведения.

Основной результат этапа: участниками презентационных мероприятий в 2016 году стали 446 человек, в 2017 году – 868 человек, что говорит о высоком интересе к конкурсу и социальной активности жителей регионов.

II этап. Заявочная компания: март

До начала приема заявок были организованы серии очных семинаров по основам разработки социально ориентированных проектов и подготовке заявок для участия в конкурсе для всех потенциальных участников. Также участникам было доступно онлайн-консультирование по прикладным техническим вопросам подготовки заявок, оформлению смет расходов, отчетности и другим актуальным вопросам подготовки и реализации проектов.

На данном этапе кураторами конкурса проводился прием, регистрация и первичная обработка заявок.

Основные результаты этапа

Количественный:

- в образовательных мероприятиях, предшествующих подаче заявок, в 2016 году приняли участие 200 человек, в 2017 году – 240.
- всего было подано заявок: 133.

Качественный: участники конкурса углубили знания в области социального проектирования и подготовки заявок.

III этап. Определение победителей: апрель

1. Подготовка конкурсных заявок к экспертной оценке.

До оценки конкурсных заявок члены экспертных групп, кураторы проекта проводят проверку на соответствие формальным требованиям.

2. Экспертная оценка.

На следующей стадии проекты, поступившие на конкурс, оцениваются членами экспертных групп, действующих в каждом городе присутствия компании.

В экспертные группы входят: представители компании, представители администраций городов в соответствии с тематикой номинаций; независимые эксперты в сфере социального проектирования и регионального развития.

Оценка проводится на основании заранее установленных критериев. По итогам экспертной оценки формируется итоговый рейтинговый список проектов.

3. Финальная оценка и определение победителей.

Итоговый рейтинговый список проектов, сформированный экспертной комиссией, передается в конкурсные комиссии.

В состав конкурсных комиссий входят руководители городских администраций, руководство компании, представители малого и среднего бизнеса, выступившие партнерами конкурса и принявшие участие в формировании грантового фонда.

На заседаниях городских конкурсных комиссий на основании коллегиального обсуждения определяются проекты-победители конкурса.

Завершением данного этапа является проведение публичных мероприятий, на которых официально подводятся итоги конкурса и вручаются сертификаты победителям.

Основной результат этапа:

Количественный: в 2016 году – 46 проектов-победителей.

Качественный: благодаря высокому уровню образовательных мероприятий повысилось качество подаваемых на конкурс заявок.

IV этап. Подготовка к реализации: май

Для всех победителей конкурса проводятся очные обучающие семинары.

Основными темами обучения являются:

– ключевые принципы организации работы проектной команды;

– принципы расходования грантовых средств;

– анализ типичных проблем и ошибок в реализации проектов;

– обучение составлению отчетности по реализации проектов и анализ типичных ошибок в подготовке отчетных документов по реализации проектов (допустимые случаи корректировки бюджетов проектов, оформление документации по корректировке бюджетов, рекомендации по подготовке аналитической записки, плана-графика и достигнутых результатов в рамках содержательного отчета, корректное оформление отчетных документов по фонду оплаты труда, корректное оформление платежных документов, подтверждающих расходы по проекту, и т.д.).

Основной результат этапа:

- Грантополучатели имеют необходимые организационно-правовые знания для заключения договоров и дальнейшей реализации проектов;
- Заключены договоры грантового финансирования в соответствии с регламентирующей документацией, утвержденной в компании.

V этап. Реализация проектов: июнь – ноябрь

1. Начало реализации проектов в соответствии с утвержденным графиком.

В процессе реализации проектов грантополучатели имеют возможность получать необходимые консультации по всем возникающим вопросам.

2. Освещение в СМИ.

События по проектам широко освещаются СМИ и на интернет-сайте компании и городских порталах.

Кураторы конкурса осуществляют постоянный мониторинг хода реализации проектов.

3. Промежуточный очный мониторинг.

В середине этапа проводится промежуточный очный выездной мониторинг реализации проектов.

Мониторинг проводится с учетом представленных промежуточных содержательных и финансовых отчетов в форме интервью с участниками проектных команд, визуальных осмотров результатов проектов и их выборочной фиксации.

Перечень проектов, подлежащих промежуточному мониторингу, и график проведения мониторинга согласовывался до начала работы с руководителями проектных команд и руководителями учреждений.

4. Промежуточный отчет.

В рамках промежуточного мониторинга представляются: промежуточный отчет об исполнении календарного плана-графика реализации проекта с обоснованием отклонений; отчет об использовании средств гранта с обоснованием перераспределения средств в рамках бюджета проекта; в случае завершения проекта на момент проведения мониторинга – промежуточные фото- и видео материалы проведенных мероприятий.

По результатам мониторинга профессиональными экспертами даются рекомендации по дальнейшей реализации проектов.

Основной результат этапа:

- Подготовлен отчет о промежуточном мониторинге проектов.
- Грантополучателям предоставлены необходимые консультации и рекомендации, помогающие на ранних стадиях реализации проектов избежать рисков, а также своевременно и качественно завершить реализацию.

VI этап. Подведение итогов: декабрь

– анализ итоговых отчетов;

На данном этапе грантополучатели представляют организаторам конкурса итоговые отчеты (содержательный и финансовый). Содержательный отчет включает в себя описание реализованных мероприятий в соответствии с планом-графиком

проекта, а также фото-видео и иные материалы, подтверждающие результаты реализации проекта. Финансовый отчет включает в себя описание перечня произведенных расходов по установленным формам с приложением копий всех расходных документов за отчетный период.

Итоговые отчеты проверяются на соответствие заявленным и достигнутым результатам и достоверность представленных подтверждающих документов.

– проведение публичных мероприятий, награждение лучших проектов по итогам реализации.

Авторы всех реализованных проектов в рамках мероприятия отмечаются благодарственными письмами и ценными подарками, остальные участники – сертификатами. В ходе итоговых мероприятий также проходит краткая презентация следующего общегородского грантового конкурса.

Основной результат этапа:

– Проекты были реализованы; грантополучатели достигли заявленных целей, в результате чего повысилась комфортность городской среды, улучшилось состояние целевых групп, развился потенциал и квалификация самих грантополучателей.

– Итоги реализации проектов публично презентованы всем заинтересованным сторонам.

СОТРУДНИЧЕСТВО

Партнерами программы выступили:

Администрации городов присутствия (гг. Старый Оскол, Губкин, Железногорск и Новотроицк), вошедшие в состав команды по управлению программой и оценке конкурсных проектов.

Средний и малый бизнес в городах присутствия компании, вошедшие в состав команды по управлению программой и внесшие вклад в формирование грантового фонда конкурса.

ООО «Персонал и Технологии» (г. Пермь) – оператор конкурса.

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

Способы информирования местного сообщества о ходе и результатах реализации программы, изучения интересов и получения обратной связи от заинтересованных сторон:

- Создана эффективная система online поддержки конкурсантов через кураторов конкурса в каждом городе.

- Регулярное информирование посредством публикаций данных о ходе реализации программы в СМИ.

- Размещение информации на сайте компании и в социальных сетях.

- Размещение информации на городских порталах.

- Организация и проведение образовательных семинаров для участников программы и партнеров.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Благодаря реализации программы повысилась социальная активность жителей городов присутствия компании, что подтверждается значительным ростом поданных на конкурс заявок по сравнению с прошлым годом (рост составляет 44%). Также в результате участия в конкурсе формируются устойчивые инициативные группы с большим потенциалом дальнейшей институализации и создания НКО, таким образом, вносится существенный вклад в развитие некоммерческого сектора в городах присутствия компании.

Реализация проектов содействует улучшению качества городской среды: она становится более комфортной для проживания горожан, включая персонал компании. Программа закладывает основы для устойчивых изменений в городе и регионе, способствующих в итоге стабильному социально-экономическому развитию территории.

Количественные показатели

- Количество участников презентационных мероприятий: 446 человек.
- Количество участников образовательных мероприятий: 200 человек.
- Количество поданных заявок: 133 заявки.
- Количество победителей конкурса: 2016 год – 46 победителей.
- Профинансировано проектов на сумму более 9 млн рублей.

Качественные показатели

- Повышение социальной активности жителей городов присутствия компании.
- Изменение поведенческой модели жителей города: смена настроений от иждивенческой к проактивной позиции, повышение ответственности конкурсантов за достижение результатов и эффективное использование выделенных финансовых средств.
 - Привнесение в город новых технологий социального проектирования.
 - Улучшение качества городской среды.
 - Развитие собственного потенциала и квалификации участников и грантополучателей конкурса.
 - Привлечение новых партнеров в программу (представителей малого и среднего бизнеса).

СТРАТЕГИЯ ОЦЕНКИ

Оценка эффективности базируется на регулярном сборе и анализе информации, представлении отчетов о результатах каждого этапа, эффективности использования ресурсов.

Компания проводит оценку на стадии планирования программы (оценка исходной ситуации), реализации программы (оценка процесса реализации) и по завершении программы (оценка результативности).

В компании используются следующие критерии оценки программы:

- Степень соответствия общей стратегии компании.

- Уровень влияния на формирование ресурсов для устойчивого социально-экономического развития в регионах присутствия компании.
- Устойчивость программы в долгосрочной перспективе. Устойчивость эффекта от реализации программы.
- Влияние на минимизацию нефинансовых рисков.
- Достижимость, измеримость и наглядность социального результата для благополучателей.
- Использование программно-целевого подхода при реализации программы.
- Количество партнеров, разделяющих идеологию программы и оказывающих поддержку.
- Охват целевой аудитории, количество вовлеченных участников.
- «Узнаваемость» программы.
- Использование передового опыта и современных технологий в социальной сфере, инновационность подходов к решению общественно значимых проблем.

ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ

В 2017-2018 году планируется запуск коммуникационной интернет-платформы грантового конкурса «СДЕЛАЕМ ВМЕСТЕ!». В результате будет сформировано единое инфопространство для эффективной коммуникации компании с целевой аудиторией в каждом городе проведения конкурса. Данный механизм создается для активного вовлечения жителей городов присутствия компании в процесс общегородского грантового конкурса, информирования участников и внешнего сообщества о ходе реализации проекта, определения лучших проектов конкурса в формате онлайн голосования, а также для оптимизации процесса сбора и обработки заявок.

В перспективе планируется увеличение количества партнеров из числа представителей малого и среднего бизнеса, что позволит увеличить грантовый фонд конкурса.

Елена Феоктистова

РСПП

Программу отличает высокая культура социальных инвестиций и благотворительной деятельности. Имеет долгосрочный характер, реализуется в сотрудничестве с муниципальными органами власти, развивая взаимовыгодные отношения с основными субъектами городов присутствия компании. Мероприятия программы содействуют развитию предпринимательства как перспективного направления диверсификации бизнеса в монопрофильных территориях присутствия. Благодаря реализации программы повысилась социальная активность жителей городов, закладываются основы для устойчивых изменений, способствующих в итоге устойчивому социально-экономическому развитию территории.



I место

Комплексная программа развития городов присутствия компании ЕвроХим «Качественная среда для жизни»

Акционерное общество «Минерально-химическая компания «ЕвроХим»

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ: обеспечить высокое качество жизни работников компании и их семей за счет повышения комфорта и удобства проживания, а также за счет снижения заболеваемости.

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с 2012 года.

БЮДЖЕТ: 1,07 млрд рублей.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: сотрудники, занятые на предприятиях «ЕвроХима», и их семьи, жители городов присутствия компании.

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ

- Создание благоустроенных корпоративных микрорайонов с высоким качеством жизни.
- Озеленение городов присутствия.
- Создание общественных пространств.
- Создание новой социальной инфраструктуры в соответствии с современными требованиями.
- Реализация новых стандартов качества городской среды, новых инфраструктурных решений и перспективных технологий в области жилищного строительства и организации городских пространств.

НАПРАВЛЕНИЯ

1. Создание новых городов с высоким качеством жизни.

Формула успеха: новый стандарт среды с учетом требований будущего (высокая доля индивидуального жилья, много общественных пространств, наличие живых улиц для прогулок и размещения малого бизнеса, дворы, удобные для родителей с детьми и детей, озеленение, которое имеет принципиальное значение для жаркого климата Волгоградской области), новая социальная и инженерная инфраструктура, созданная в соответствии с будущими запросами и развитием города, ставка на образование, медицину и спорт, а также на создание активного местного сообщества.

2. Возрождение моногородов на основе комплексных социальных и инфраструктурных программ.

Формула успеха: развитие новой инфраструктуры, повышение качества среды и реализация комплексных социальных проектов.

3. Мастер-планы городов и механизмы участия стейкхолдеров в развитии качественной среды .

Формула успеха: самыми эффективными являются проекты, основанные на объединении стейкхолдеров.

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

В сотрудничестве с местными администрациями, сообществами, волонтерами, экспертами-урбанистами компания реализует комплексную программу «Качественная среда для жизни», объединяющую проекты по строительству жилья, созданию общественных пространств и парков и направленную на повышение качества жизни и среды.

Функция программы

«Качественная среда для жизни» в рамках стратегии развития компании и социальной политики компании заключается:

- в росте капитализации бизнеса, поскольку хорошие условия жизни сотрудников компании и их семей напрямую влияют на производительность труда, социальную удовлетворенность и репутацию компании;
- в улучшении здоровья работников, их семей и жителей городов присутствия компании благодаря созданным компанией новым возможностям вести здоровый образ жизни и пользоваться новой социальной инфраструктурой – поликлиниками, спортивными центрами, бассейнами и спортивными площадками;
- в повышении конкурентоспособности «ЕвроХима» на рынке труда, поскольку привлечь новых работников со всей России можно уже не столько высокой зарплатой, сколько комфортной средой проживания: сегодня стандарты организации среды проживания существенно отличаются от советских, и среда проживания становится важнейшим фактором при принятии решения о переезде для работы.

Программа является одной из основных составляющих системы (цикла) социальной политики компании и реализуется во всех городах присутствия компании.

Качество жизни работников является фундаментальной интегральной категорией, влияющей на комплексную капитализацию бизнеса, производственные процессы и отношения с местными сообществами и другими группами стейкхолдеров.

Программа направлена на создание новой качественной городской среды и обновление и оживление существующей городской среды в городах присутствия компании. Основная проблема, на решение которой направлена программа, – это насущная необходимость не только строить отдельные инфраструктурные и социальные объекты, но и развивать среду комплексно.

Программное направление 1. Создание новых городов с высоким качеством жизни

Компания ЕвроХим спроектировала и строит два масштабных корпоративных микрорайона в Котельниково и Березниках, рассчитанных на проживание суммарно до 15 тысяч человек – работников будущих предприятий компании и их семей. Это один из редких в России примеров комплексного проектирования и строительства новых городских территорий, масштабного корпоративного девелопинга и создания новой городской среды для жизни работников.

Фактически вопросы городской среды, условий и качества жизни работников выступают важной составляющей обеспечения новых инвестпроектов персоналом. Реализуя масштабные калийные проекты, компания прилагает немало усилий для привлечения и обучения персонала, который обеспечит долгосрочную устойчивость нашего бизнеса. Команда высококлассных специалистов, способных стабильно увеличивать стоимость компании, создается с помощью подготовки и привлечения молодых инженеров на базе партнерства с университетами. Именно приходящие в компанию инженеры формируют запрос на новые условия жизни и труда.

Проект 1. Создание нового города-сада Котельниково, Волгоградская область

Особую актуальность данная программа приобретает в связи с реализацией калийных инвестпроектов. «ЕвроХим» реализует в Котельниково проект по строительству Гремячинского горно-обогатительного комбината, который начнет работу в 2018 г. К тому времени, когда строящийся горно-обогатительный комбинат ЕвроХим-ВолгаКалий начнет давать первую калийную руду, население города Котельниково вблизи комбината увеличится в два раза за счет того, что на комбинате будут работать около 3,5 тыс. человек, а в Котельниково будут жить их семьи.

С момента начала проекта в город уже приехало около 2,5 тысяч первых работников строящегося предприятия – проектировщиков, инженеров, технологов и строителей. Значительная часть из них приехала с семьями и детьми. Население уже выросло с 18,5 тысяч до 21 тысячи человек.

Для 10 тысяч человек – будущих работников предприятия и их семей – активно строится фактически новый город с современной инфраструктурой, удобной городской средой и всеми условиями для высокого качества жизни.

Этот новый город включает два новых микрорайона: уже построенный микрорайон «Восточный» и строящийся микрорайон «Дубовая роща». В микрорайоне «Восточный» построены 10 многоэтажных домов на 420 квартир и гостиница «Кристалл» на 30 номеров с конференц-залом и спортивным центром.

Микрорайон «Дубовая роща» – это уникальный пример государственно-частного партнерства. Государство финансировало создание всех инженерных коммуникаций, а возведением жилых домов занимается «ЕвроХим».

Район рассчитан на проживание до 10 тысяч человек.

- Социальная инфраструктура будет включать 2 детских сада, общеобразовательную школу на 550 человек, Центральную районную больницу на 225 коек, поликлинику.

- Современное жилье на площади 180 га: индивидуальная (коттеджная) застройка домами с земельным участком на две или четыре семьи и многоквартирная застройка.

- Спортивный центр будет включать физкультурно-оздоровительный центр, бассейн и ледовую арену (у компании уже есть большой опыт проектирования и строительства спортивных комплексов для ледовых видов спорта).

- Инженерные коммуникации. За два последних года построены 30 км сетей водоснабжения, 26 км канализации, 700 опор освещения, сети газо- и теплоснабжения. Их строительство финансировалось за счет государства.

Для приобретения жилья работники «ЕвроХима» могут воспользоваться программой льготного ипотечного кредитования (совместной со Сбербанком России) с первоначальным взносом всего 10% от кредита. Компания при этом компенсирует сотрудникам половину процентов по кредиту.

Градостроительный проект ЕвроХима в Котельниково отличает наличие значимого социального фактора, поскольку население г. Котельниково вырастет в два раза, и полностью изменится его социальная и городская структура, изменится вектор социально-экономического развития территории.

«ЕвроХим» построил новую систему водоснабжения для 20 тысяч жителей города Котельниково. Результаты проекта: прямой результат – 20 тысяч человек небольшого провинциального города Котельниково обеспечены свежей водой; мультипликативный эффект – повышение качества жизни и привлекательности города для жителей и предпринимателей.

Проект 2. Создание микрорайона с высоким качеством жизни в г. Березники, Пермский край

Аналогичный корпоративный микрорайон для более чем 3,5 тысяч человек «ЕвроХим» возводит в городе Березники Пермского края рядом с другой калийной стройкой – Усольским калийным комбинатом.

«ЕвроХим» реализует вблизи в г. Усолье Пермского края проект строительства Усольского калийного комбината, который начнет работу в 2017 г. Жилой микрорайон для работников и их семей будет построен в соседнем городе Березники, поскольку Березники уже являются важным региональным центром с хорошей инфраструктурой.

Формат реализации градостроительной программы ЕвроХима в Березниках – государственно-частное партнерство. Взаимные обязательства вовлеченных сторон по финансированию строительства жилья, инженерной и социальной инфраструктуры оформлены в виде соглашения «ЕвроХима», правительства Пермского края и администрации город Березники на 2014–2019 гг.

В структуру нового района входят: 19 пятиэтажных домов (784 квартиры), 22 таунхауса (44 квартиры), 74 коттеджа, детский сад на 250 мест, гостиница, инженерные сети, автодороги.

Разработана проектно-сметная документация, проведены общественные слушания по комплексной застройке микрорайона.

Таким образом, вскоре до 15 тысяч человек получат новые квартиры в благоустроенных по современным стандартам микрорайонах при строящихся калийных предприятиях.

Программное направление 2. Возрождение моногородов на основе комплексных социальных и инфраструктурных программ

Данное программное направление относится к таким городам присутствия, как Ковдор, Новомосковск, Невинномысск, Кингисепп, Белореченск – городам с большой историей и развитой экономикой. Эти города отличает сложившаяся

городская среда, требующая комплексной реконструкции и обновления в соответствии с современными требованиями к качеству жизни. За последние четыре года в этих городах присутствия компании «ЕвроХим» созданы:

- в г. Новомосковске (Тульская обл.) построен ледовый дворец, создана новая ДЮСШ по ледовым видам спорта;
- в г. Невинномысске (Ставропольский край) построен ледовый дворец, создана новая ДЮСШ по ледовым видам спорта;
- в г. Ковдор (Мурманская обл.) созданы горнолыжный комплекс «Варс» и хоккейный корт как центры досуга для местного сообщества;
- в г. Белореченске (Краснодарский край) построен физкультурно-оздоровительный комплекс;
- в г. Кингисеппе (Ленинградская обл.) построен ледовый дворец, создана новая ДЮСШ по ледовым видам спорта,
- в г. Кедайняй (Литовская республика) создана спортивная арена европейского уровня.

Проект начат в 2012 г. в сотрудничестве с администрацией муниципального образования г. Новомосковск. Программа включает три направления:

- реконструкция городского жилищно-коммунального хозяйства;
- создание и развитие общественных пространств;
- создание системы питьевого водоснабжения.

В 2012 году в Новомосковске начат проект «Большая вода» по обеспечению города водой. Результаты проекта: прямой результат – 130 тысяч жителей промышленного города Новомосковска обеспечены свежей водой; решена проблема водоснабжения города, в т.ч. на перспективу развития; мультипликативный эффект – повышение качества жизни, снижение заболеваемости и оттока населения в Москву.

Город Новомосковск с 1980-х годов, когда прекратилась реализация советских планов водообеспечения города, испытывал проблемы с водой. Еще пять лет назад ее давали строго по времени несколько раз в сутки. Сейчас проблема частично решена, но воды все равно не хватает, да и качество ее оставляет желать лучшего. Для реализации проекта осуществляется большой комплекс мероприятий, в т.ч. бурение новых скважин, проведение электричества к насосным установкам и прокладка нового трубопровода от деревни Холтобино, которая находится более чем в 20 км от центра Новомосковска.

Кроме того, ЕвроХим помог решить одну из самых наболевших инфраструктурных проблем Новомосковска: реконструкция городского коллектора хозяйственно-бытовых стоков (на сумму 17,5 млн руб.).

Реконструкция и создание парков и озеленение общественных пространств становятся одним из главных приоритетов ЕвроХима по оживлению городской среды. В 2016 г. ЕвроХим реализовал два проекта по реконструкции и созданию парков.

В рамках поддержки инфраструктуры образования компания реконструировала в городах присутствия 32 лаборатории по химии и естественным наукам в средних школах и ежегодно поддерживает их.

Проект 1. Возрождение города Новомосковска, Тульская область, на основе социальных программ и развития спортивной инфраструктуры

Пример Новомосковска можно считать «идеальным кейсом» для России. Несколько лет назад Новомосковск стал первой площадкой реализации корпоративной программы развития детского спорта, и при поддержке компании в городе был построен первый ледовый дворец. Развитие инфраструктуры спорта вышло на принципиально иной уровень – началась комплексная и последовательная реконструкция спортивных объектов в городе.

В рамках программы по созданию инфраструктуры спорта и ДЮСШ в Новомосковске: построен ледовый дворец, велолыжероллерная трасса, физкультурно-оздоровительный центр, реконструированы восемь спортзалов и три футбольных поля.

В 2015–2016 г. было отремонтировано четыре спортивных зала в учебных заведениях города. Всего с момента начала реализации реконструировано восемь спортивных залов. В рамках этого проекта были восстановлены давно «законсервированные» спортивные объекты, в том числе спортивный зал Новомосковского политехнического колледжа и спортивный зал ДЮСШ «Виктория».

Таким образом, в Новомосковке решена проблема инфраструктурной обеспеченности и доступности спорта. Совместно с администрацией города на базе дворца организована спортивная школа. Спортивно-методическую поддержку профессионального уровня им оказывает СДЮШОР «СКА Санкт-Петербург». Благодаря этому в городе начались спортивный бум и «спортивное возрождение». При проектировании спортивной программы закладывался целевой показатель – рост числа занимающихся спортом детей. Прямой результат достигнут: 49 % составил рост числа занимающихся спортом (с 7573 до 14 870), плюс в 2,5 раза выросло число мастеров спорта (с 11 до 28).

Но еще важнее **косвенные эффекты**, в частности, снижение уровня костно-мышечных заболеваний детей на 39%. Добившись социальных эффектов через развитие спорта, компания использует их как базу для новой волны инфраструктурных изменений, повышающих качество жизни.

Успех программы базируется на системном решении трех задач: повышен уровень доступности спорта и вовлеченности в него детей за счет новой спортивной инфраструктуры; создана сеть спортшкол, выступающая в роли «лифта» в большой спорт для детей из малых городов, а также поддержаны более 50 «низовых» клубных объединений и спортивных организаций в регионах; организован соревновательный процесс в международном масштабе – это возможность соревноваться со сверстниками из других стран. Для большинства городов эта программа стала «отсчетом новой спортивной эры», благодаря ей в регионах появилось уже три новых центра ледового спорта.

Программное направление 3. Мастер-планы городов и механизмы участия стейкхолдеров в развитии качественной среды

Проект 1. Мастер-планы развития городов присутствия как формат согласования интересов стейкхолдеров

В 2015–2016 гг. «ЕвроХим» инициировал и провел разработку мастер-планов перспективного развития городов присутствия – Ковдора и Кингисеппа в России и Жанатаса в Казахстане, где идет активная реконструкция городских инфраструктур. Разработка осуществляется совместно с администрациями, жителями и профессиональными экспертами-урбанистами Конструкторского бюро высотных и подземных сооружений (ранее реконструировавшего стадион «Зенит», Морской собор в Кронштадте, вторую сцену Мариинского театра) и Института территориального планирования «Урбаника» (Санкт-Петербург). Эксперты-градостроители приехали в эти города, провели социальные исследования, собрали пожелания местных жителей о том, в какой среде они хотят жить. Далее проводились обсуждения и разработка мастер-планов, в том числе на основе долгосрочных инвестиционных программ этих городов.

С началом инициированной нами подготовки мастер-планов ряда городов присутствия взаимодействие с местными сообществами вышло на новый уровень: теперь согласование интересов, коммуникация и кооперация всех местных стейкхолдеров относительно социально-экономического развития городов приобрели более организованный и практикоориентированный формат.

Проект 2. Совместные проекты городского развития на основе вовлечения разных стейкхолдеров (партнерство в рамках программы)

Очевидно, что пришло время комплексных, взаимосвязанных благотворительных и социальных программ, поскольку одиночной инвестицией, к примеру, в школу или спортивную площадку ничего не решишь. Это особенно актуально в кризис, когда мало ресурсов, а проблем все больше. И тут главная российская беда – отсутствие культуры кооперации.

Необходимо, во-первых, связать в единый узел целевые социальные инвестиции, благотворительность и работу с городской средой и, во-вторых, делать партнерские, кооперационные проекты. Причем как между бизнесом и властью, так и между разными бизнесами и общественными организациями.

СОТРУДНИЧЕСТВО

Партнерство в рамках программы реализуется по трем направлениям.

Механизмы государственно-частного партнерства, закрепленные соглашениями. Такой формат реализован в Новомосковске (Тульская обл.), Ковдоре (Мурманская обл.), Усолье (Пермский край), Жананас – Каратау (Республика Казахстан). Также реализуется совместная программа с Министерством спорта России по строительству спортивных объектов.

Кооперация и совместные программы с другими бизнесами. В Новомосковске для развития городского стадиона «Химик» под эгидой муниципальной власти

объединились крупные компании, представленные в этом городе – «ЕвроХим» и Procter and Gamble. «ЕвроХим» выделил 9,1 млн руб. на теплотрассу и подогрев поля, P&G выделил 4 млн руб. на детскую команду и экипировку, а при реконструкции школы № 17 «ЕвроХим» выделил 7 млн руб. на ремонт спортзала и кабинета химии, P&G финансировал реконструкцию спортивной площадки и создание теннисного корта.

Партнерство с региональными и федеральными общественными организациями и волонтерами. В частности, в г. Котельниково реализация проекта создания парка осуществляется в партнерстве с программой «Аллея России», Волгоградским ботаническим садом, компанией «Грин-Арт», волонтерами и экологическими организациями региона.

Елена Феоктистова

РСПП

Главная цель программы – возрождение моногородов на основе комплексных социальных и инфраструктурных программ. Компания видит свою задачу в том, чтобы, строя объекты, развивать среду комплексно. Программа ориентирована на повышение качества жизни и комфортности проживания. Мероприятия программы направлены на поддержку здорового образа жизни и здоровья, что способствует снижению заболеваемости жителей. Разработанный компаний мастер-план, который подготовлен с участием всех стейкхолдеров, стал перспективным форматом согласования и закрепления интересов всех заинтересованных сторон, задавая общие рамки для проектов городского развития.



II место

Программа по развитию социального предпринимательства «Начни свое дело»
АО «Объединенная металлургическая компания»

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ: содействие развитию малого бизнеса и социального предпринимательства на территории г. Чусовой и Чусовского муниципального района.

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с 2015 года в г. Чусовой Пермского края с последующим распространением в г. Благовещенск Республики Башкортостан в 2017 г.

БЮДЖЕТ: 3 млн рублей.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: физические лица, постоянно проживающие на территории г. Чусовой и подавшие заявку на участие в конкурсе, некоммерческая организация, зарегистрированная и ведущая свою деятельность более 1 года, индивидуальные предприниматели.

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

Социальная ответственность – неотъемлемая часть стратегии ОМК. Компания стремится создавать и укреплять долгосрочные отношения с обществом и вести открытый диалог с заинтересованными сторонами на системной основе: в компании принята политика корпоративной социальной ответственности.

Развитие социального предпринимательства – это новое направление социальных инвестиций компании ОМК. Одна из основных задач ОМК – содействовать решению социальных проблем, повышая уровень социальной и деловой активности в регионах присутствия, смягчать социальную напряженность в моногородах и поселках, где работают предприятия ОМК.

Для компании важна благоприятная экономическая ситуация в регионах присутствия, социальная стабильность, безопасная работа и комфортная жизнь сотрудников. Это не только обеспечивает устойчивую работу предприятий компании, но и позволяет планировать ее развитие в долгосрочной перспективе. В 2014 г. на Чусовском металлургическом заводе были закрыты устаревшие производства, высвобожден персонал. Наряду с программой переобучения, трудоустройства, после консультаций с местной администрацией и региональными структурами было принято решение запустить программу по развитию социального предпринимательства «Начни свое дело». В данном случае программа по развитию социального предпринимательства была составной частью комплекса антикризисных мер.

Программа реализовалась в партнерстве с Фондом региональных социальных программ «Наше Будущее», Пермским Фондом развития предпринимательства, бизнес-инкубатором, администрацией г. Чусовой и Министерством промышленности, предпринимательства и торговли Пермского края.

ЗАДАЧИ И ЭТАПЫ ПРОГРАММЫ

- Обучение (очные семинары «Бизнес-модели в социальном предпринимательстве: российский и зарубежный опыт», «Социальное проектирование»).
- Грантовый конкурс идей и проектов и в сфере социального предпринимательства «Начни свое дело».
- Выставка-ярмарка социальных идей.
- Процедура сертификации по социальному предпринимательству победителей конкурса «Начни свое дело».
- Участие победителей конкурса в федеральной акселерационной программе «Школа социального предпринимательства».
- Краевая конференция по социальному предпринимательству в г.Чусовой.

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

Для продвижения программы по социальному предпринимательству «Начни свое дело» была разработана PR-кампания. Запуск каждого проекта освещался на местном ТВ-канале «КРИТ-ТВ», в местных изданиях. В сентябре 2016 г. пресс-службой ОМК и направлением спонсорских и благотворительных проектов компании был организован пресс-тур в г. Чусовой для федеральных и региональных журналистов, пишущих на социальные темы и освещающих вопросы корпоративной социальной ответственности, в ходе которого они могли встретиться с социальными предпринимателями, победителями программы «Начни свое дело». Также программа и проекты освещались в корпоративных СМИ. В 2016 г. о программе было более 360 публикаций, сюжетов в чусовских, пермских и региональных СМИ.

В феврале 2017 года Объединенная металлургическая компания стала победителем конкурса «Лидеры российского бизнеса: динамика и ответственность – 2016». ОМК вошла в тройку лучших российских компаний в номинации «За поддержку и развитие социального предпринимательства».

РЕЗУЛЬТАТЫ

- В итоге реализации конкурса «Начни свое дело» из 36 поданных на конкурс заявок было поддержано 20 проектов.
- Победители получили финансирование на развитие социального бизнеса в размере до 100 тыс. руб. Общий бюджет финансирования составил 1,85 млн рублей.
- Два проекта из 20 прошли сертификацию по социальному предпринимательству («Запусти пластик в оборот» и «Федерация лыжных гонок»).
- Благодаря партнерству с Пермским фондом развития предпринимательства девять проектов – победителей конкурса «Начни свое дело» вошли в федеральную акселерационную программу «Социальные инновации». Это означает, что у начинающих социальных предпринимателей были опытные наставники, помогающие в становлении их бизнеса.
- В 2016 г. запущено 19 проектов из 20 поддержанных. Создано 22 рабочих места.
- Проект «Федерация лыжных гонок» вышел в финал «Всероссийского конкурса проектов «Социальный предприниматель».

• Проект «Запусти пластик в оборот» получил региональную субсидию в размере 850 тыс. рублей. Часть проектов, победителей «Начни свое дело» в Чусовом, разместили свои проекты на краудфандинговой платформе Planeta.ru в разделе «ОМК – малым городам».

Социально-экономический эффект от программы «Начни свое дело»

Благодаря конкурсу «Начни свое дело» в Чусовом появились новые места для досуга: антикафе, велоклуб, детский клуб «Монтессори», «Свободная песочница» – пространство для отдыха и досуга молодых мам и детей, тренажерный зал для пожилых людей, «умные тренажеры» для пожилых людей.

В рамках проекта «Запусти пластик в оборот» создана система сбора и вторичной переработки полимеров. Для детей и взрослых работает роллердром «Надежда», запущен проект «Эко-туризм без границ» – сплавы по р. Чусовая, юные чусовляне обучаются ментальной арифметике в информационном клубе «Альф@». Первые клиенты клинингового предприятия получили помощь в уборке квартир.

Благодаря клининговому проекту в Чусовом были созданы четыре дополнительных рабочих места. Первыми клиентами предприятия стали пенсионеры, ветераны, малоимущие и многодетные семьи, вошедшие в списки социальной защиты и Совета ветеранов ЧМЗ. Впервые в Чусовом открыта гостиница для животных «Второй дом».

Развитие программы по социальному предпринимательству, объединение усилий различных заинтересованных сторон помогли Чусовому в декабре 2016 г. получить статус территории опережающего социально-экономического развития. По мнению экспертов, проект чусовской команды был «...самым командным, самым амбициозным и самым лучшим». То есть среди всех проектов моногородов проект Чусового занял первое место, что предполагает выделение средств из федерального бюджета по различным программам, в том числе и на развитие предпринимательства.

Программа «Начни свое дело» была признана членами правления АО «ОМК» успешной. Принято решение продолжить ее в 2017 г. в г. Чусовой Пермского края в партнерстве с Пермским Фондом развития предпринимательства, а также тиражировать в г. Благовещенске (Республика Башкортостан).

Елена Феоктистова

РСПП

Стратегия социальной деятельности компании базируется на согласованности задач бизнес-стратегии и развития конкретной территории присутствия, формировании у местных сообществ потенциала развития – инфраструктуры и знаний, позволяющих самостоятельно решать актуальные задачи, привлекать необходимые ресурсы. В малых и моногородах реализация программы действительно содействует решению социальных проблем, повышая уровень деловой активности. Дает новое дыхание и возможности жителям региона, поддерживает активных граждан, которые находят новые возможности для самореализации.



II место

«Живем по-настоящему»

ПАО «МегаФон»

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ: создание и развитие системы социализации сирот через их вовлечение в социальное проектирование и благотворительную деятельность.

лечение в социальное проектирование и благотворительную деятельность.

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с 2015 года.

БЮДЖЕТ: 18 млн рублей.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: воспитанники старшего возраста из учреждений для сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, и руководители проектных команд; руководители и педагогические коллективы учреждений, участвующих в проекте; руководители профильных ведомств и органов власти; региональные партнеры, волонтеры и добровольные помощники; сотрудники компании «МегаФон» и организаций-партнеров в регионах, вовлеченных в проект.

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

Проект «Живем по-настоящему» проводится компанией «МегаФон» вместе с АНО «Новые технологии развития» (АНО «НТР») с 2015 года и направлен на системные изменения, содействующие успешной социализации детей-сирот через внедрение в практику интернатных учреждений новых технологий, в первую очередь – социального проектирования.

По мнению экспертов, одной из центральных задач современной российской системы защиты детства является предупреждение социального сиротства, а точнее профилактика воспроизводства вторичного сиротства.

Статистика и опыт показывают, что большинство выпускников по выходе из интернатного учреждения не справляются с возложенной на них ответственностью за собственную жизнь. Заниженная самооценка, неуверенность в себе и в своих способностях, неумение, а порой и нежелание находить друзей, налаживать взаимодействие, выстраивать отношения с окружающими – все это не позволяет преодолеть барьер глубокой закомплексованности, мешающий подростку вести самостоятельную жизнь. Вот почему так важны проекты, направленные на изменение негативных психологических установок детей и усиление их адаптационного потенциала.

Помимо формирования активной жизненной позиции у участников проекта, одним из важнейших мотивов принятия решения о запуске проекта было стремление изменить имидж ребенка-сироты в российском обществе и его восприятие как недалекого человека, не способного на хорошие поступки. Проект призван дать возможность старшеклассникам почувствовать себя нужными другим людям, ощутить свою полезность в обществе, научиться общаться на равных со сверстниками и взрослыми, ставить цели и добиваться их вместе с командой единомышленников.

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ

- Реализация интерактивных тренингов для педагогов и воспитанников пилотных учреждений, лидеров региональных НКО и волонтеров по обучению технологии социального проектирования.
- Формирование на основе партнерских организаций Ресурсных центров для внедрения данных интерактивных практик в шести пилотных регионах РФ (Ивановской, Липецкой, Новосибирской, Тамбовской, Томской, Ярославской областях).
- Тиражирование апробированных интерактивных практик формирования и развития у выпускников-сирот социальных компетенций.
- Обобщение и презентация опыта на различных площадках с целью тиражирования и расширения географии проекта.

ЭТАПЫ ПРОГРАММЫ

Системный проект «Живем по-настоящему» является долгосрочным и реализуется в несколько этапов. Он стал логическим продолжением работы по подготовке выпускников организаций для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, которую плодотворно проводила АНО «НТР» с 2011 года.

В 2015 г., когда «МегаФон» начал поддерживать проект финансово, социальное проектирование превращается из проектного мероприятия в ведущий инструмент социализации детей-сирот, воспитанников институциональной системы, кроме того, расширяется география проекта. Если на начальных этапах проект охватывал только один регион – Москву, то в 2015 году участниками стали воспитанники и выпускники организаций для детей-сирот трех областей: Владимирской, Костромской и Ярославской. В 2016 г. к этим областям добавляются Липецкая, Тамбовская, Новосибирская, Ивановская и Томская области. Таким образом, за два года практика социального проектирования как инструмента подготовки детей-сирот к самостоятельной жизни внедрена в восьми регионах РФ в двух федеральных округах – Центральном и Сибирском.

ПЕРВЫЙ ЭТАП – 2015 год: апробирование модели в трех пилотных регионах (Владимирская, Костромская и Ярославская области) – проходил с 25 января по 30 октября 2015 г. Организационная часть этого этапа была направлена на формирование базы партнеров: на основе консультаций с региональными офисами «МегаФон» и региональными органами власти были отобраны НКО, которые стали площадками для формирования региональных ресурсных центров, при этом учитывалась устойчивость организации (финансовая, кадровая, организационная и т. п.), наличие опыта работы и прочных связей с местными учреждениями для сирот, кадровый потенциал и мотивация на долгосрочное включение в проект.

Ключевым событием 2015 года стала организация двух межрегиональных проектных тренингов-лагерей в формате общего выездного сбора проектных команд из всех учреждений – участников данного регионального кластера.

В завершение проектной деятельности в 2015 году была проведена итоговая межрегиональная конференция, на которой участники презентовали результаты своей

работы не только друг другу, но и представителям местных властей, руководителям и сотрудникам учреждений для сирот, заинтересованным в участии в проекте в будущем, а также потенциальным партнерам и спонсорам.

ВТОРОЙ ЭТАП – 2016 год: реализация апробированных на первом этапе технологий уже в шести регионах РФ – Ивановской, Липецкой, Новосибирской, Тамбовской, Томской и Ярославской областях. В течение года было проведено 12 масштабных мероприятий (в том числе фестивали и выездные тренинги) и 48 обучающих мастер-классов и вебинаров.

Особенностью проекта в 2016 году стало взаимодействие, организованное в региональных партнерствах.

Основой таких партнерств в каждом регионе – участнике проекта стал Ресурсный центр, сформированный на базе отобранной на организационном этапе проекта НКО. В процессе реализации проекта сотрудники Ресурсных центров прошли обучение и стажировку у сотрудников и экспертов федерального оператора проекта, чтобы в последующем самим реализовывать мероприятия проекта, расширяя круг участников в своем и соседних регионах.

Учреждения – участники проекта были отобраны на организационном этапе Ресурсным центром во взаимодействии с федеральным оператором проекта, региональным офисом «МегаФона» и региональными органами власти. В каждом из учреждений была сформирована разновозрастная команда, состоящая из педагогов, выпускников и воспитанников, которая прошла тренинговую подготовку по социальному проектированию, сформировала и реализовала свой социальный или благотворительный проект. Согласно дизайну проекта «Живем по-настоящему» федеральный оператор осуществлял межрегиональную координацию, способствуя обмену компетенциями и ресурсами между региональными площадками проекта, а также взаимодействовал с центральным офисом «МегаФона» и осуществлял обобщение наработок проекта и его информационную поддержку на федеральном уровне.

Для подведения итогов года были организованы два крупных мероприятия для участников. Первое из них – итоговая конференция проекта в Томске для проектных команд Новосибирской и Томской областей, которая состоялась 28 ноября. Второе мероприятие – Фестиваль социальных проектов «Живем по-настоящему» – прошло 6 декабря в Общественной палате РФ в Москве и собрало проектные команды из Ивановской, Липецкой, Тамбовской и Ярославской областей, а также делегатов «сибирской» конференции. Результаты работы проектных команд (выполненные социальные проекты) были обобщены и презентованы представителям местных властей, руководителям и сотрудникам учреждений для сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. На Фестивале вместе с участниками проекта присутствовали заинтересованные во включении в проект представители некоммерческих и государственных организаций, а также потенциальные партнеры и спонсоры.

Мероприятия проводились в течение учебного года.

СОТРУДНИЧЕСТВО

Проект «Живем по-настоящему» проводится в партнерстве с органами власти, НКО, волонтерами и СМИ.

Он поддерживается Министерством образования и был реализован при активном сотрудничестве с органами власти, в частности, с региональными Департаментами образования, НКО и другими партнерами, например, с представителями бизнес-сообщества, имеющими опыт работы с молодежью и сиротами.

В настоящее время в каждом регионе определен региональный координатор проекта, налажено взаимодействие при подготовке к проведению мероприятий и консультаций. Команды сирот-участников приглашаются в качестве волонтеров при подготовке и проведении городских праздников, фестивалей, конкурсов.

Активное вовлечение в работу как педагогов учреждений, так и старших воспитанников и выпускников позволило сформировать на базе интернатных учреждений устойчивые «экосистемы», способные поддерживать системный эффект от реализации проекта.

Представители региональных властей и все заинтересованные стороны на постоянной основе получают информацию о новостях проекта через координаторов, партнерские некоммерческие общественные организации, руководителей проектных команд, а также на сайте «МегаФона» и АНО «НТР». Сотрудники центрального и регионального офисов «МегаФона» принимают участие в выездных тренингах, присоединяются к мероприятиям в своих регионах, организуют информационную поддержку и продвижение проекта в СМИ и социальных сетях.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВОЛОНТЕРОВ

Проект также поддержали волонтеры – как внешние участники (студенты, молодежные лидеры, спортсмены), так и сотрудники «МегаФона», которые проводили практикумы в ходе выездных тренингов, помогали при подготовке мероприятий, приглашали известных людей для встречи с участниками проекта и т.д. Волонтеры из Клуба выпускников прошлого года также принимали самое активное участие в подготовке и проведении всех мероприятий. Количество волонтеров в 2015 и 2016 году сохранилось на одном уровне – около 30 человек.

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

Для коммуникации с прессой и партнерами используются пресс-релизы и новостные рассылки, также проводятся регулярные мероприятия.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Результаты реализации поставленных целей и задач были проанализированы как в количественном, так и в качественном аспекте.

Всего в проекте участвовало более 500 человек и 1 200 вовлеченных, заинтересованных представителей государственной власти и местной общественности, что в среднем в 1,6 раза превышает запланированные показатели по вовлеченности в проект.

Количественные показатели заинтересованности государственных и негосударственных структур также были подтверждены прямыми высказываниями участников и привлеченных лиц в ходе проведения полуструктурированных интервью:

- 100% респондентов из числа специалистов НКО считают проект полезным, инновационным и эффективным;
- 100% опрошенных волонтеров отметили организацию семинаров-тренингов и выездных лагерей, отличительной чертой проекта они единогласно считают субъектно-субъектный подход к воспитанникам детских домов и школ интернатов;
- 75% респондентов из числа руководителей организаций для детей-сирот отметили проект «Живем по-настоящему» как лучший из тех, в которых участвовали за последние 5 лет.

За время проектной деятельности участники проекта разработали 34 (две команды реализовывали по два проекта) самостоятельных проекта разной тематической направленности – на четыре больше, чем было запланировано.

Все проекты выполнялись за счет средств, привлеченных командами проекта через социальное партнерство. Самыми отзывчивыми оказались частные лица и индивидуальные предприниматели. Их доля во всех проектах составила 30,4 % от всех привлеченных средств. На втором месте оказались государственные организации разного ведомственного подчинения, их доля во всех проектах – 26 %. Поддержка местных СО НКО составила 19,5 %, а коммерческие организации помогли на 15,2 %. Средства, выделенные местными структурами власти, составили 8,6 %.

Количественные показатели по созданию ресурсных центров были выполнены в полном объеме: в Тамбовской и Липецкой областях Ресурсный центр организовался на базе Центра социальных проектов «Ради Будущего», в кластере Ярославль-Иваново – на базе благотворительного фонда «Мы вместе», в Сибирском кластере – на базе СО НКО «Солнечный город».

Качественные показатели проекта были связаны с изменением негативной иждивенческой позиции воспитанников сиротских организаций на позитивную альтруистическую, развитием их адаптивного потенциала и выстраиванием поддерживающих социальных связей.

Разработанный в ходе мониторинга результатов проекта диагностический комплекс позволил выявить у участников проекта следующие результаты. Система ценностей участников проекта «Жизнь по-настоящему» существенно отличалась от традиционной для данной возрастной группы воспитанников-сирот, не вовлеченных в социальное проектирование, и была характерна для подростков с неиждивенческой позицией: для них приоритетными являются активность, работа, саморазвитие. Стремление к этим целям сочетается у этих подростков с такими значимыми личностными качествами, как ответственность, трудолюбие и самостоятельность.

Анализ анкет с опросом специалистов, сопровождающих команды подростков-сирот помог выявить динамику изменения личностных качеств участников проекта. Эти изменения в основном касались усиления таких значимых для самостоятельной жиз-

ни личностных качеств, как активность, адекватная самооценка, уверенное поведение (ассертивность), чувство коллективизма, и снижения уровня негативных качеств, таких как индивидуализм и обидчивость, которые затрудняют социальную адаптацию.

В ходе оценки проекта «Живем по-настоящему» было также проведено анкетирование целевой группы участников проекта с целью выявления у них уровня сформированности и осознанности профессиональной самоидентичности.

Почти 20 % выпускников выбрали педагогические специальности, что свидетельствует о значимой роли воспитателей в их жизни. Интересно, что 24 % респондентов осознали свой профессиональный выбор в ходе проекта.

Основные результаты проекта характеризуются следующими факторами:

- создана система социализации сирот через вовлечение в социальное проектирование и благотворительную деятельность: два Ресурсных центра, Социальный кластер, Клуб выпускников, представители власти и бизнес-сообщества, педагоги и эксперты, волонтеры, сотрудники «МегаФона» – всего около 3 000 человек;
- разработана программа социализации и поствыпускного сопровождения в интернатных учреждениях через социальное проектирование;
- силами участников реализовано 34 общественно значимых проекта, направленных на помощь местным жителям (пожилым людям, ветеранам, детям-сиротам, людям с ограниченными возможностями здоровья и т.д.);
- рост компетенций и приобретение навыков самостоятельной жизни у не менее 90 % участников проекта, что ведет к значительному снижению рисков их дезадаптации в социуме;
- рост уровня «социальной отзывчивости» и «социальной включенности» участников проекта;
- изменение негативного отношения к выпускникам детских домов в обществе.

СТРАТЕГИЯ ОЦЕНКИ

Для оценки проекта анализировались качественные и количественные показатели с привлечением внешних экспертов. Оценивались эффективность проекта, его влияние на благополучателей и на нецелевые группы, устойчивость и организация. В качестве инструментов использовались фокусированные интервью с воспитателями и воспитанниками, анкетирование специалистов, тесты на изучение ценностных ориентаций для выявления иждевенческой позиции у воспитанников организаций для детей-сирот – участников проекта, тесты на ассертивность – способность человека уверенно и с достоинством отстаивать свои права, а также анкетирование воспитанников.

ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ

Благодаря созданным в ходе проекта региональным Ресурсным центрам, деятельность которых поддерживают региональные спонсоры и партнеры, программа стала устойчивой и будет развиваться и далее. В частности, предполагается:

- привлечение членов Клуба выпускников в качестве волонтеров для работы с вновь присоединившимися учреждениями;
- поддержка сетевого взаимодействия региональных Клубов выпускников учреждений;
- привлечение обученных и прошедших тренинговую школу сотрудников учреждений-участников в качестве консультантов, экспертов и тренеров;
- организация тематических школ и стажировок для выпускников проекта и сотрудников учреждений;
- проведение ежегодного Фестиваля социальных проектов и инициатив выпускников проекта;
- медийная поддержка участников.

Инновационная технология социального проектирования позволила сформировать и развить у всех ребят необходимые для успешной самостоятельной жизни в обществе социальные компетенции. Участники проекта стали настоящими лидерами в своих коллективах и примером в стремлении улучшить жизнь других людей, изменить себя, помочь тем, кому это по-настоящему нужно. Успешные выпускники передают младшим воспитанникам свой опыт преодоления трудных жизненных ситуаций и самостоятельного планирования своей жизни.

Благодаря приобретенным знаниям руководители команд (сотрудники учреждений-участников), волонтеры и добровольные помощники на более качественном технологическом уровне выстраивают программы подготовки воспитанников к самостоятельной жизни. Созданные региональные Ресурсные центры содействуют системным изменениям, внедряя актуальные технологии и практики.

Результаты первых двух лет показали, что применяемую методологию с успехом можно масштабировать во все регионы России.

Елена Феоктистова

РСПП

Партнерская программа компании, реализуемая совместно с АНО «Новые технологии развития», нацелена на системные изменения, которые содействуют успешной социализации детей-сирот через внедрение в практику интернатных учреждений новых технологий, в первую очередь – социального проектирования. Программа способствует решению задачи преодоления иждивенческой позиции воспитанников организаций для детей-сирот, помогает участникам проекта в постановке и достижении личных и профессиональных целей в жизни.



III место

Комплексная программа «Наши любимые города»

ПАО «ФосАгро»

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ: содействие органам государственной власти и местного самоуправления в создании качественной городской среды с использованием комплексного подхода, новых стандартов качества городской среды, новых инфраструктурных решений и перспективных технологий в области жилищного строительства и организации городских пространств.

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с 2003 года.

БЮДЖЕТ: свыше 1 млрд рублей.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: органы местного самоуправления, дети, молодежь, студенты; гражданское общество, работники компании и члены их семей, пенсионеры, ветераны и др. социально недостаточно защищенные слои населения.

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ

- Создать современную социальную инфраструктуру в городах присутствия (спортивные и досуговые объекты, автодороги, объекты здравоохранения, социальная инфраструктура и др.).
- Создать условия реализации образовательных проектов для детей, сформировать привычку к здоровому образу жизни и сохранению культурного наследия.
- Поддерживать незащищенные слои населения, помочь им в лечении, развитии и получении необходимой помощи.

НАПРАВЛЕНИЯ

Программа «Наши любимые города» состоит из проектов в сфере развития социальной инфраструктуры; развития культуры, спорта и туризма; в области поддержки людей в сложных жизненных ситуациях.

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

В рамках своей деятельности компания понимает всю меру ответственности перед местными сообществами и в результате диалога с гражданским обществом активно участвует в социальном развитии, направляя свои усилия на повышение качества жизни в регионах своего присутствия.

Программа работает во всех городах присутствия предприятий группы ФосАгро и реализуется в соответствии с планами и мероприятиями органов региональной государственной власти и местного самоуправления.

Ежегодно компания ФосАгро заключает соглашения о сотрудничестве с правительствами регионов присутствия предприятий группы, которые способствуют развитию местных сообществ и повышению качества жизни населения.

В реализации программы участвуют непосредственно как специалисты предприятия, так и руководители высшего и среднего звена. На заседании Правления компании с участием всех руководителей высшего звена рассматриваются этапы программы, отдельные проекты – составные части для принятия решения об их дальнейшей реализации и финансовой поддержке.

География программы – четыре области (Мурманская, Вологодская, Саратовская, Ленинградская).

Программа «Наши любимые города» состоит из проектов:

- в сфере развития социальной инфраструктуры;
- развития культуры, спорта и туризма,
- в области поддержки людей в сложных жизненных ситуациях.

Раздел 1. Инфраструктура

Во взаимодействии с органами государственной власти Мурманской области и органами местного самоуправления г. Кировска и г. Апатиты в 2016 году были реализованы проекты:

– в г. Кировске открыт Комбинат школьного питания, который уже кормит 3 тыс. детей школ в Кировске и в г. Апатиты, возможности КШП еще больше. В перспективе рассматривается организация питания дошкольников в детских садах. Решена проблема отсутствия горячего питания в школах двух городов. В зимний период по этой причине в школах этих заполярных городов было сокращено расписание до четырех уроков, каждый протяженностью 35 минут.

– проведены ремонты школ № 5, г. Кировск, и № 15, г. Апатиты, на общую сумму 10 400 тыс. рублей;

– в течение 2015–2016 гг. компания выделила более 80 млн рублей на закупку техники и оборудования аэропорта «Хибины» в г. Апатиты. «Хибины» — единственный в стране аэропорт города-райцентра, ежедневно принимающий регулярные рейсы из Москвы и Санкт-Петербурга;

– в партнерстве с органами государственной власти и местного самоуправления Саратовской области отремонтирована большая часть сельских дорог.

Раздел 2. Культура

Проект «Связь поколений»

Во всех четырех регионах присутствия компания в партнерстве с органами государственной власти, местного самоуправления и историческими клубами реконструирует, ремонтирует и модернизирует музейные комплексы.

Цели программы: сохранить для людей всех поколений информацию об истории отрасли, конкретного предприятия; используя новейшие интерактивные технологии, сделать интересной, увлекательной, доступной информацию о химических процессах отрасли, о полезных ископаемых; обеспечить профориентационную площадку для детей, школьников и студентов города.

АО «Метахим» (дочернее общество компании) выделило значительные средства на реконструкцию заводского музея, а также оформление фасада здания и

прилегающей территории. В 2015–2016 годах проведена масштабная реконструкция музея.

В г. Череповце на базе музея открылся интерактивно-познавательный центр «Зеленая планета» компании «ФосАгро». Экспозиция спроектирована с использованием самых современных технологий, позволяющих «оживить» любой экспонат.

В г. Балаково, Саратовская область, в 2016 г. компания помогла обновить экспозицию музея истории города. Впервые за тридцатилетнюю историю памятника архитектуры были отремонтированы большая часть его помещений и обновлена экспозиция.

Проект «Духовное возрождение»

Проект реализуется в партнерстве с Русской православной церковью, с Епархиями и православными храмами.

Цели проекта: духовно-нравственное развитие гражданского общества; воспитание подрастающего поколения в духе национальных традиций и нравственных ценностей.

Компания оказывает постоянную благотворительную помощь в восстановлении и строительстве православных святынь как в России, так и за рубежом. Например, Балаковский филиал АО «Апатит» с 2007 года финансирует работы по восстановлению Свято-Троицкого храма в Балаково, в 2016 году на проведение ремонтно-восстановительных работ на этом объекте духовного и культурного наследия было пожертвовано 10 млн. рублей; финансирует работы для кафедрального собора Живоначальной Троицы г. Вольска со строительством при нем духовно-просветительского центра. Также компания возрождает традицию строительства заводских храмов, существовавшую в России до революции.

Раздел 3. Спорт, туризм

В партнерстве с органами государственной власти Мурманской области и местного самоуправления г. Кировска реализован проект по туристическому кластеру.

Ярким примером государственно-частного партнерства стало строительство гондольно-кресельной дороги в Кировске. Совместные инвестиции со стороны компании «ФосАгро» и областного правительства направлены на создание в Кировске горнолыжного курорта с высоким уровнем технического оснащения и сервиса. Уже сегодня это один из ведущих горнолыжных центров страны. Там же функционирует лыжный стадион «Тирвас», освещенные трассы которого вошли в международный перечень FIS. С 2012 по 2016 год якорные инвестиции в реализацию крупных проектов в сфере туризма, горнолыжного спорта и отдыха составили 3,2 млрд рублей. В результате за пятилетний период совокупный туристический поток увеличился более чем на 30 %.

Помимо Фонда поддержки олимпийцев России, Всероссийской федерации художественной гимнастики, Федерации художественной гимнастики г. Москвы, компания поддерживает Российскую шахматную федерацию, Всероссийскую федерацию плавания, Региональную спортивную федерацию дзюдо Санкт-Петербурга.

Раздел 4. Поддержка людей в сложных жизненных ситуациях

Проект «Адресная помощь»

Цели проекта: поддержка слабозащищенных слоев общества; создание условий для комфортной жизни, полезного и приятного досуга.

В партнерстве с АНО Благотворительный Фонд «Во имя добра» и Правительством Саратовской области компания оказывает поддержку детям с ограниченными возможностями. В 2016 году оказана помощь в приобретении лекарств, оборудования, прохождении курсов лечения и реабилитации 51 ребенку, оказана помощь шести организациям, работающим с детьми-инвалидами.

В 2015 году АО «ФосАгро-Череповец», мэрия города Череповец и ПАО «Северсталь» заключили Соглашение о реализации проектов «Хоккей без границ» и «Волейбол без границ». В рамках Соглашения стороны договорились о том, что череповчане с ограниченными возможностями могут в городском спорткомплексе «Юбилейный» присутствовать на матчах и «болеть» за женскую волейбольную команду «Северянка», которую поддерживает «ФосАгро», и хоккейную команду «Северсталь» бесплатно. Это волонтерский проект: сотрудники предприятий добровольно сопровождают горожан с ограниченными возможностями здоровья на спортивные матчи.

В партнерстве с Управлением по социальной защите населения, Управлением по культуре г. Кировска Мурманской области компанией организованы волонтерские центры в отдаленных микрорайонах Коашва и Кукисвумчорр г. Кировска. Волонтеры проводят мероприятия, способствующие поддержке положительного морального климата, для людей пожилого возраста, помогают им в решении проблем в сложных жизненных ситуациях. В весенне-летний период волонтеры занимаются благоустройством микрорайонов, озеленением дворов, организацией субботников. Также они оказывают адресную поддержку нуждающимся в помощи и тяжело больным лежачим людям.

Проект по обследованию больных с заболеваниями сердечно-сосудистой системы

После нескольких встреч руководства компании с представителями органов местного самоуправления была поднята проблема – отсутствие узких специалистов в отношении кардиологии во всех городах присутствия компании. В 2016 г. компания заключила соглашение с Научным центром сердечно-сосудистой хирургии имени А.Н. Бакулева для проведения экстренных операций людям, которые остро нуждаются в помощи, но не имеют бюджетной квоты на ее оказание. Это соглашение было пролонгировано на 2017 год.

ЭТАПЫ ПРОГРАММЫ

1. С 2003 по 2014 г. оказание содействия местным сообществам и конкретным благополучателям в решении текущих задач. Создание партнерств и некоммерческих объединений. Например, создание автономных некоммерческих организаций для работы с детьми.

2. 2013–2014 гг.: разработка проекта по государственно-частному партнерству в Мурманской области, создание совместного юридического лица «Канатная дорога». Создание профильных «ФосАгро-классов».

3. С 2014 г. изучение наиболее актуальных социальных проблем, востребованных социумом, проведение встреч с общественными организациями, с органами государственной власти и местного самоуправления, социологические исследования в г. Кировск и Апатиты.

4. 2016 г.: проведение комплексного социологического исследования во всех регионах присутствия компании с привлечением профессиональных экспертов, корректировка локальных нормативных актов, корректировка информационного сопровождения программы, проведение оценки и подведение итогов реализации отдельных проектов. Участие в конкурсе «Лидеры корпоративной благотворительности» с отдельными проектами.

5. 2017 г.: тиражирование отдельных проектов программы, привлечение партнеров. Проведение общественных слушаний по итогам реализации программы в 2016 году.

СОТРУДНИЧЕСТВО

В каждом регионе между компанией ФосАгро и органами власти подписаны соглашения о социально-экономическом партнерстве, в которых указаны проекты этой программы. В каждом городе присутствия производственных предприятий группы подписаны соглашения о поддержке и взаимодействии по программе «Дети России Образованы и Здоровы». С конкретными дошкольными учреждениями, школами, средними профессиональными учебными заведениями, высшими учебными заведениями также подписаны соглашения об участии в программе.

Правительство Вологодской области, органы местного самоуправления г. Череповца и района.

Правительство Ленинградской области, органы местного самоуправления г. Волхова и района.

Правительство Саратовской области, органы местного самоуправления г. Балаково и района.

Правительство Мурманской области, министерства и ведомства Мурманской области, органы местного самоуправления г. Кировск и г. Апатиты.

Партнерами из числа НКО являются:

– в г. Череповец – АНО «ДРОЗД – Череповец», Общественная организация «Волейбольная команда «Северянка»;

– в г. Вологда – АНО Благотворительный фонд «Во имя добра»;

– в г. Балаково – АНО «ДРОЗД – Балаково», Общественная организация «Волейбольный клуб Протон», Общественная организация «Баскетбольный клуб Автодор», АНО «Спидвей-клуб «Турбина»;

– в г. Апатиты – АНО «ДРОЗД – Хибины»;

– в г. Кировске – АНО «Хибинский центр развития бизнеса», волонтерские центры в микрорайонах Коашва и Кукисвумчорр.

Общие партнеры по всем указанным регионам

В рамках партнерских отношений с Российской шахматной федерацией (РШФ) в 2016 году открыты новые профильные шахматные классы. Компания вложила около 9 млн рублей в ремонты помещений, специализированные столы, шахматные доски и фигуры, интерактивные доски, компьютерные программы и современные ноутбуки для каждого ученика шахматного класса. РШФ оказала методическую поддержку, в том числе обеспечила специальными учебниками, рабочими тетрадями и провела обучение преподавателей по шахматам в Сочи. Школы выделили преподавателей, учебные классы, дополнительное учебное время для детей.

- Духовные центры, Епархии, Русская православная церковь;
- ПАО «Северсталь»;
- Министерство сельского хозяйства РФ.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВОЛОНТЕРОВ

При проведении общих мероприятий привлекаются волонтеры из числа учащихся школ, родителей, студентов, общественных организаций.

Благодаря участию родителей проводятся экскурсии на предприятия для школьников, студенты помогают в проведении дней открытых дверей СУЗов и ВУЗов, в анкетировании и опросе участников проектов, общественные организации принимают участие в проведении спортивных соревнований.

Количество волонтеров ежегодно увеличивается, мероприятия становятся все более масштабными. С 2016 года работа волонтеров отмечается благодарственными письмами. Однако точно общее количество волонтеров подсчитать не представляется возможным. По предварительным подсчетам общая численность около 400 человек.

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

Все мероприятия программы проводятся с участием представителей органов региональной государственной власти и местного самоуправления. В них принимают участие все партнеры программы и проектов: руководители и работники предприятий, родители, общественные организации, НКО.

Обратная связь осуществляется посредством встреч руководства управляемых предприятий компании с органами власти и местного самоуправления, с учащимися и руководителями учебных заведений.

Проводятся общественные слушания по итогам года, с приглашением всех заинтересованных сторон, партнеров и желающих принять участие.

Проводится анкетирование детей и родителей и опросы внешними профессиональными экспертами.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Результаты раздела «Инфраструктура»:

1. На уровне местного сообщества реализованы программы по улучшению качества жизни горожан в отношении инфраструктуры, благоустройства жилых кварталов, организации условий для здорового образа жизни.

2. На уровне благополучателей появилась тенденция к позитиву, что подтверждается опросами и общественными слушаниями.

3. По количеству поддержанных проектов на уровне муниципальных образований в 2016 году на два больше, на межрегиональном уровне на один больше.

4. Количество участников проектов и благополучателей увеличилось на 35 %.

5. Благодаря участию компании в развитии инфраструктуры г. Кировска и г. Апатиты, по информации главы города Кировска, уровень социальной напряженности ниже в два раза по сравнению с 2015 г.

Результаты раздела «Культура»:

1. Укрепление партнерских отношений с органами государственной власти и местного самоуправления путем совместного участия в реконструкции музеев в городах Кировск, Череповец, Волхов, Балаково. Музеи стали центрами общественной жизни горожан, дополнительными информационными центрами профориентации и образования школьников.

2. В партнерстве с Русской православной церковью с участием жителей городов присутствия и работников предприятий восстанавливаются городские храмы. В 2016 году оказана помощь 11 храмовым комплексам не только в виде пожертвований, но и в виде передачи минеральных удобрений, участия служителей храмов в паломнических поездках на о. Бари (Италия). Возрождая русские православные традиции, по просьбам трудящихся на всех предприятиях группы заложены православные часовни и храмы.

3. Количество мероприятий на общегородских праздниках ежегодно увеличивается, эти мероприятия пользуются все большей популярностью, поскольку способствуют объединению населения городов, укреплению семейных ценностей, служат поводом для гордости работников компании. В результате посещение таких мероприятий выросло на 30 %.

Результаты раздела «Спорт, туризм»:

1. В партнерстве с органами государственной власти и местного самоуправления созданный туристический кластер в Кировско-Апатитском регионе Мурманской области послужил стимулом развития предпринимательства в этих городах, улучшению качества обслуживания в сфере услуг: увеличилось количество сервисных центров, магазинов и кафе. Уровень безработицы на 0,9 % ниже уровня 2015 г., а количество безработных граждан на 23,6 % меньше, чем в 2015 г. В итоге туристический поток за 2016 год увеличился на 30 % (по информации Правительства региона).

2. Поддержка спорта высоких достижений также дала хорошие результаты в 2016 г. Впервые в истории российского волейбола клуб высшей лиги «А» попал в «Финал четырех» Кубка России. Кроме того, увеличилось число болельщиков

клуба: молодежные организации двух компаний ПАО «Северсталь» и АО «ФосАгро-Череповец» обеспечили для лиц с ограниченными возможностями доступность посещения спортивных соревнований.

Результаты раздела «Поддержка людей в сложных жизненных ситуациях»:

1. Благодаря совместной деятельности молодежных организаций количество посещений соревнований инвалидами-колясочниками увеличилось в несколько раз (точные данные получить не удалось). Это позволило привлечь маломобильное население к активной социальной жизни.

2. Благодаря совместной деятельности с БФ «Во имя добра» удалось увеличить количество детей, получивших помощь, на 12 %.

3. В партнерстве с органами местного самоуправления г. Кировска Мурманской области компанией организованы волонтерские центры в отдаленных микрорайонах Коашва и Кукисвумчорр г. Кировска. В волонтерском центре поселка Коашва количество участников в 2016 году увеличилось на 15 %, в микрорайоне Кукисвумчорр увеличение составило 30 %.

СТРАТЕГИЯ ОЦЕНКИ

Программа оценивается на нескольких уровнях:

- На уровне благополучателей через анкетирование, опросы, встречи с руководителями проектов от компании, с руководителями предприятий группы.
- На уровне руководителей проектов компании посредством подведения итогов в отчетный период. Через встречи с участниками, общественные слушания, интервью.
- На уровне руководителей предприятий, акционеров, владельцев на заседаниях Правления компании. В рамках заседания Правления по итогам года принимается решение о продолжении проекта или необходимости доработки и внесении изменений по каждому проекту.

УВК проводит мониторинг и анализ программ и проектов, использует показатели социального эффекта или качественные, а также количественные показатели.

ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ

Все указанные проекты программы планируется продолжить. Однако по итогам года после проведения анкетирования, опроса благополучателей, встреч с органами государственной власти и местного самоуправления могут быть скорректированы некоторые направления.

- Договор с Научным центром сердечно-сосудистой хирургии имени А.Н. Бакулева был распространен на г. Балаково, Саратовская обл., и продлен до 2018 года.
- В 2017–2018 г. планируется продолжить реконструкцию аэропорта «Хибины» в г. Кировске Мурманской области.
- Планируется закончить проект по внедрению электронной очереди в Апатитско-Кировской больнице.
- Планируется закончить строительство заводских храмов.

Елена Феоктистова

РСПП

Долгосрочная партнерская программа компании способствует созданию современной социальной инфраструктуры в городах присутствия, условий реализации образовательных проектов для детей по формированию привычки к здоровому образу жизни и сохранению культурного наследия. Укрепление партнерских отношений с органами государственной власти и местного самоуправления позволяет объединить усилия в целях более эффективного решения проблем территорий и поддержке незащищенных слоев населения.



Номинация

«Лучшая программа (проект), способствующая развитию волонтерства в России»

Партнер номинации: Ассоциация менеджеров

Какие проекты рассматриваются: программы и проекты, направленные на выявление лучших практик компаний по вовлечению в корпоративную благотворительность сотрудников компаний и новых участников, в первую очередь партнеров и клиентов компаний, представителей местных сообществ; партнерские проекты, а также программы, направленные на развитие добровольчества в целом.

приоритет: актуальность программы для компании и целевых групп; устойчивость и системность программы; степень вовлечения сотрудников и стейкхолдеров в программу в качестве активных участников и партнеров; если программа проводится не первый год: рост числа добровольцев/добровольных вкладов, изменения показателей вовлеченности партнеров, клиентов компании, граждан в реализацию программы.

Приоритет: актуальность программы для компании и целевых групп; устойчивость и системность программы; степень вовлечения сотрудников и стейкхолдеров в программу в качестве активных участников и партнеров; если программа проводится не первый год: рост числа добровольцев/добровольных вкладов, изменения показателей вовлеченности партнеров, клиентов компании, граждан в реализацию программы.

Вадим Ковалев

Первый заместитель исполнительного директора Ассоциации менеджеров

Развитие корпоративного волонтерства рассматривается экспертами как один из ключевых компонентов в продвижении программ корпоративной социальной ответственности в российских компаниях. Корпоративное волонтерство – одно из самых актуальных и перспективных направлений корпоративной социальной ответственности бизнеса, и для России эта тема по-прежнему имеет серьезный потенциал для развития.

На современном этапе коллаборация становится одним из главных трендов волонтерских программ бизнеса. Объединяя усилия, компании не только сокращают издержки, но и повышают социальную значимость программ, вовлекая в них большее количество заинтересованных сторон. Взаимоотношения с НКО и государственными органами также развиваются, уже можно говорить о стратегическом подходе к реализации программ и об «умном партнерстве».

Доверие – это важнейший фактор в социальной работе, при этом в современном мире наблюдается кризис доверия людей друг к другу. Корпоративное волонтерство – один из важнейших инструментов создания взаимного доверия. Это огромный потенциал людей, профессионалов в своем деле, вовлечение которых в социальную работу существенно расширяет пул участников общественных инициатив и их эффективность, создавая прочные связи и закладывая основу для дальнейшей коммуникации.

Волонтерство – многогранный инструмент социальных инвестиций. Его разновидности, такие как pro-bono, наставничество и другие, позволяют компаниям адаптировать свои социальные программы и быстро реагировать на потребности общества без значительных затрат.

Распространение лучших практик и создание программ для корпоративных волонтеров является особо важным компонентом развития социальной ответственности бизнеса.

Все вышеперечисленные факторы объясняют интерес к корпоративному волонтерству и партнерству Ассоциации менеджеров в специальной номинации проекта «Лидеры корпоративной благотворительности». В этом году на конкурс были представлены семь программ корпоративного волонтерства, и практически все они достойны самых высоких оценок. Разнообразие, продуманность и оригинальность программ сделали выбор победителей номинации очень непростой задачей. В частности, основными критериями для принятия решения были: наличие у компании концепции волонтерства и концепции обучения волонтеров, устойчивость и последовательность волонтерских программ, учет мнения волонтеров и сообщества благополучателей, привлечение партнеров компании к волонтерским программам, а также возможность тиражирования результатов программ.



НОРНИКЕЛЬ

I место

«Комбинат добра» – программа развития корпоративного волонтерства

ПАО «ГМК «Норильский никель»

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ:

• Формирование культуры благотворительности и добровольчества в городах присутствия компании «Норникель».

• Поддержка общественно-полезных волонтерских инициатив сотрудников компании, направленных на социальное развитие территорий и повышение качества жизни населения.

• Содействие социальной интеграции сотрудников в местное сообщество через развитие внутренних коммуникаций, социальной ответственности, вовлечение в социально общественную и проектную деятельность.

• Развитие коммуникативных, социальных и эмоциональных компетенций сотрудников за счет предоставления реальной жизненной практики в решении проблем социально незащищенных групп населения: пенсионеры, люди с ограниченными возможностями, многодетные семьи, дети группы риска; оказание шефской помощи детским домам и социальным учреждениям.

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с 5 декабря 2015 года.

БЮДЖЕТ: 14 933 557 млн рублей.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: Некоммерческие организации, социальные, образовательные и медицинские учреждения, пенсионеры и ветераны, люди с ограниченными возможностями, многодетные семьи, дети группы риска (неблагополучные, дети-сироты), животные, работники ГМК, попавшие в трудную жизненную ситуацию.

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

«Комбинат добра» – новое направление социальной активности сотрудников «Норникеля». Программа начала действовать одновременно во всех городах компании в Красноярском крае и Мурманской области: Норильске, Дудинке, Мончегорске, Заполярном, Никеле и в Москве. Для компании «Норникель» реализация программы корпоративного волонтерства – это инвестиция в качество той социальной среды, в которой живут ее сотрудники. Благодаря всестороннему участию в программе у активной части работников ГМК появилась уникальная возможность расширить свои социальные связи, приобрести новые знакомства, освоить новые навыки, получить моральное удовольствие и, как следствие, ощутить гордость за свою работу.

Программа корпоративного волонтерства, помимо ее очевидной пользы, способствует формированию необходимой для работы в современной компании проактивной позиции работника. Сотрудник, взявший на себя ответственность,

становится более эффективным, а созидаящая среда формируется им не только за пределами компании, но и на производстве.

Программа имеет единый доступный формат для сотрудника. Благодаря подготовленному банку знаний и практик работник, вовлеченный в процесс благотворительности, всегда может выбрать именно тот вид деятельности, который наилучшим образом будет сочетаться с его навыками, опытом и актуальными потребностями: профессиональные услуги (pro bono), социальные проекты, личные пожертвования, эковолонтерские мероприятия и т.д.

Технологии программы:

- Сервис по благотворительности на корпоративном портале
- Программа личных пожертвований
- Конкурс социальных проектов «Инженер добрых дел»
- Pro bono
- Волонтерские акции сотрудников
- Благотворительные акции, которые инициирует компания
- Экологический марафон «Понеслось»
- Семейный фестиваль «Доброникель»
- Клуб волонтеров
- Дискуссионные площадки по разным тематикам
- Благотворительный забег «Норильск, беги со мной»
- Благотворительный спектакль «Золушка»
- Партнерская акция «Добрый Норильск»
- Волонтерская акция «Теплый дом»
- Развивающие программы для сотрудников
- Партнерские проекты на консолидированный бюджет

Статистика за 2016 г.:

- 60 партнеров из некоммерческого сектора
- 35 экспертов в области КСО
- Свыше 17 000 – горожане, активные участники волонтерских проектов
- 109 волонтерских акций и мероприятий
- 6100 корпоративных волонтеров (2015 г. – 1323)

МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ

Конкурс социальных проектов «Инженеры добрых дел»

Период реализации: 2016 г.

География: Красноярский край – г. Норильск; Мурманская область – г. Мончегорск, Печенгский район.

Конкурс направлен на вовлечение сотрудников компании в разработку и реализацию проектных идей, нацеленных на решение социально значимых задач города; обучение волонтеров компании технологиям развития местного сообщества, навыкам социального проектирования и публичной презентации; поддержку

и продвижение лучших/перспективных проектов сотрудников, выбранных на конкурсной основе.

Номинации: «Инженер идей», «Инженер добра», «Инженер Победы»

Параметры конкурса:

- Грантовый фонд: 500 000 рублей
- Максимальная сумма гранта: 50 000 рублей
- «Упаковка» идей и презентация проектов экспертам в режиме одного дня

Семейный фестиваль «Доброникель»

Период реализации: 2016 г.

География: г. Москва, Мурманская область – г. Заполярный.

Цель: вовлечь через простые и семейные форматы участия сотрудников «Норникеля» и членов их семей в волонтерскую и благотворительную деятельность при поддержке компании, а также укрепить дружеские связи с детьми из подшефных детских домов.

Инструменты вовлечения сотрудников:

Календарь волонтера, опрос на корпоративном портале, рассылка с брендированного ящика «Комбинат добра» по корпоративной почте, информационные плакаты.

Механика реализации:

- Семейный фестиваль
- Благотворительная лотерея
- Новогодние мастер-классы в переговорных по изготовлению сувениров на благотворительную ярмарку «Душевный Bazar» (октябрь-декабрь)
 - Кухня волонтерства в башне «Меркурий-сити» (предпродажа сувениров на Душевный Bazar) – декабрь
 - «Доброникель» на Душевном Bazare (декабрь)

Экомарафон «ПонесЛось»

География реализации: Мурманская область – г. Мончегорск, Красноярский край – г. Норильск, г. Москва.

Цель: Организация совместной волонтерской работы сотрудников компании для сохранения природного и культурного наследия.

Корпоративный слет «Инженеры будущего»

Период реализации: декабрь 2016 г.

География: гг. Москва, Мончегорск, Заполярный, Никель, Норильск.

Участники: лучшие корпоративные волонтеры компании.

Механика реализации:

- Душевный Bazar – работа на волонтерской площадке «Комбината Добра» (знакомство с деятельностью НКО, реализация сувениров, выполненных корпоративными волонтерами разных городов).

- Брейн-ринг. Вопросы связаны с волонтерством, территориями, социальной активностью.
 - Пять минут славы – от каждой производственной площадки участники готовят по 1-2 лучших волонтерских проекта и рассказывают о них в ярком интерактивном формате.
 - «Инженеры будущего». Креативно-планировочная сессия:
 - короткий мотивационный тренинг Trend Feeling (рассказ о необычных, неожиданных проектных идеях из разных стран и регионов);
 - креативная сессия в формате Fresh Vision (за несколькими столами обсуждается несколько разных тем, люди меняют роли за столами – держатель темы, генератор идей, критик, мотиватор и другие – и несколько раз переходят от стола к столу). Обязательно смешиваются в группах люди с разных площадок;
 - доработка проектных идей в малых группах и презентации друг другу в формате «биржи» или «аукциона».
 - Награждение лучших корпоративных волонтеров: вручение дипломов всем участникам мероприятия, награждение лучших и вручение памятного приза.
- В отдельных городах реализуются следующие проекты: Благотворительный забег «Норильск, беги со мной», Проект «Больничные клоуны», Инженеры будущего на фестивале научных открытий Arctic Wave (pro bono), Благотворительный спектакль «Золушка», Благотворительная Акция «СоТворение сада» и другие.

ЭТАПЫ ПРОГРАММЫ

1 этап – пилотные проекты: 2015 г. – единый запуск программы – Заполярный филиал ПАО «ГМК «Норильский никель», АО «Кольская горно-металлургическая компания», Главный офис, г. Москва.

2 этап – 2016–2017 гг. – реализация программы и ее отдельных компонентов с учетом специфики территорий.

3 этап: 2017–2018 гг. – реализация программы в полном объеме, продвижение технологий программы на экспертных площадках.

СОТРУДНИЧЕСТВО

В ходе реализации программы во всех городах сформировался круг партнеров из представителей органов власти, НКО, СМИ и активистов программы корпоративного волонтерства.

Партнеры могут включаться как организационными, интеллектуальными, волонтерскими и финансовыми ресурсами, так и предлагать собственные волонтерские мероприятия и проекты по согласованию с остальными участниками. Консолидация усилий местного сообщества в рамках программы транслируется на всех этапах: от разработки до практической реализации. Например, партнерство с ЭкоЦентром «Заповедники» позволило правильно сформировать экопотребности в территориях, провести исследовательскую работу и сформировать программу Экомарафона с учетом региональной специфики и анализа сильных и слабых сто-

рон. Семейный фестиваль «Доброникель» стал партнерским проектом нескольких некоммерческих организаций.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВОЛОНТЕРОВ

Для того чтобы сотрудники могли самостоятельно инициировать волонтерские акции и благотворительные мероприятия, используются следующие инструменты:

- Клуб волонтеров «Норникеля» – организация клубных встреч, на которых волонтеры компании могут знакомиться с лучшими практиками социального и корпоративного волонтерства, предлагать форматы собственных проектных решений и сценариев, улучшать навыки командного взаимодействия. На каждой промплощадке в рамках клуба сформирован волонтерский актив до 30 человек.

- Волонтерские акции – команда корпоративных волонтеров из сотрудников компании, представителей НКО и целевых групп представляет описание волонтерской акции согласно действующему регламенту. Руководителем волонтерской акции может быть только сотрудник компании.

Параметры волонтерских акций:

- Широкий охват участников.
- Вовлеченность в реализацию корпоративных волонтеров.
- Срок реализации: до трех месяцев.
- Максимальная сумма финансирования: 50 000 рублей.
- Для разовых благотворительных акций: до 15000 рублей.
- Разработчики могут подать заявку на благотворительную акцию не чаще трех раз в год.

Критерии оценки:

- Заявленная деятельность должна быть актуальна для территории.
- Команда из числа работников предприятий промплощадки.
- Партнеры проекта.
- Реалистичность и практическая направленность проекта.
- Мотивация корпоративных волонтеров.
- Информационное поощрение на сайте компании, интранет портале, корпоративной прессе.
- Организация статусных мероприятий для корпоративных волонтеров с участием топ-менеджмента компании.
- Благодарности, почетные грамоты и сертификаты.
- Сувенирная продукция с символикой компании.
- Групповые поощрения корпоративных волонтеров – выезды на природу, командообразующие мероприятия.
- Видеоролики, фоторепортажи с мероприятий корпоративного волонтерства.
- Корпоративный слет «Инженеры будущего».
- Сторителлинги с интересными людьми в клубе волонтеров.

СТРАТЕГИЯ ОЦЕНКИ

Для оценки эффективности и социальной результативности программы используются следующие источники информации: Аналитические отчеты о ходе реализации программы и отдельных проектов за текущий период, интервьюирование участников (благополучатели, эксперты, стейкхолдеры), при необходимости (фокус группы), информационно-методические материалы (пресс-релизы, информационные сообщения, отчеты благо- и грантополучателей, отзывы участников проектов, статистические данные, календарный график реализации).

Показатели эффективности:

- Количество реализованных проектов корпоративного волонтерства на территории (инициированы компанией, инициированы сотрудниками).
- Количество сотрудников компании, которые участвуют в программах корпоративного волонтерства (в динамике).
- Продолжительность участия волонтеров в программах (количество часов).
- Количество и виды волонтерских работ (услуг).
- Наличие организаций партнеров и их вклад.
- Процент волонтеров, готовых быть организаторами волонтерской деятельности на местах.
- Количество благополучателей (в динамике).
- Соотношение собственных и привлеченных средств.
- Внедрение новых направлений.

Вадим Ковалев

Ассоциация менеджеров

В проекте компании проанализирован международный и российский опыт корпоративного волонтерства, учтены результаты мирового исследования, проведенного Глобальным советом по корпоративному волонтерству, при этом учтена специфика реализации корпоративного волонтерства в России. На базе анализа внедрена и действует программа корпоративного волонтерства, а также программа продвигается на экспертных площадках. В ходе реализации программы во всех городах сформировался круг партнеров из представителей органов власти, НКО, СМИ и активистов программы корпоративного волонтерства. В рамках программы учрежден и действует Клуб волонтеров «Норникеля», который регулярно проводит волонтерские акции. Волонтерская деятельность в компании приняла массовый характер. «Норникель» инициирует и реализует волонтерские проекты и события городского масштаба, направленные на развитие социальной активности и инициативы сотрудников.



II место

Волонтерский проект «Детский интегративный лагерь ЦЛП на Валдае»

КРМГ

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ: создание достойных и комфортных условий отдыха для детей с особенностями развития и их родителей.

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с 2011 года.

БЮДЖЕТ: 500 000 рублей.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: семьи, воспитывающие детей с самыми разными диагнозами: расстройствами аутистического спектра, эпилепсией, генетическими синдромами, нарушениями умственного развития, трудностями обучения и другими проблемами.

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

Проект подразумевает выезд волонтеров московского офиса КРМГ в детский интегративный лагерь для детей с особенностями развития для подготовки его к заезду семей с детьми. Каждый год волонтеры приводят лагерь в порядок, обновляют жилые и служебные помещения, строят что-то новое по запросу Центра лечебной педагогики – НКО, которой принадлежит лагерь.

В 2003 году ЦЛП приобрел на деньги, пожертвованные иностранным фондом, территорию бывшего советского лагеря и разместил там летний лагерь для семей, воспитывающих детей с особенностями развития. Это было первое рекреационное пространство в России для терапевтического отдыха семей, в которых растут особые дети. Изначально территория представляла собой вышедшие из строя корпуса в опасном состоянии, без санитарных условий и горячего водоснабжения.

Сотрудники ЦЛП и волонтеры потратили первые годы на то, чтобы сделать территорию лагеря безопасной для детей. Они расчистили территорию, снесли ветхие строения и сделали минимальный ремонт в оставшихся помещениях.

В 2010 году КРМГ начал помогать ЦЛП как своей партнерской НКО. И в 2011 году решил целенаправленно поддерживать проект интегративного лагеря. Основная причина – это отсутствие у ЦЛП средств на инфраструктурное развитие лагеря и высокая потребность со стороны детей и их семей в таком развитии. Из года в год волонтеры и компании – друзья ЦЛП улучшают территорию и оснащение лагеря, чтобы семьям и их особым детям было комфортнее и безопаснее отдыхать.

Комфортный отдых критически важен, так как лагерь находится в северном регионе, там часто в течение лета идут дожди и бывает холодно. Так как все семьи с детьми живут в палатках, а капитальные строения используются только как столовые, игровые и общественные зоны, то очень важно создать условия для безопасного отдыха. Важно отметить, что многие дети с особенностями развития относятся к детям с высокими медицинскими рисками, им противопоказано

переохлаждение. Поэтому было важно создать цивилизованные условия для санитарно-гигиенических процедур, сушки белья, одежды и спальников.

В соответствии с миссией ЦЛП, созданного в 1989 году, лагерь нацелен на реализацию права на отдых и достойную жизнь людей с нарушениями развития. В то же время в России у семей с особыми детьми нет возможности комфортно отдохнуть. В лагере у них есть возможность провести время с детьми на природе, пообщаться с квалифицированными специалистами Центра, получить поддержку таких же родителей, посетить или провести творческий мастер-класс, музыкальное или арт представление. Следует отметить, что данный лагерь – это не просто место обычного отдыха, что само по себе очень нужно и важно. Это место терапевтического отдыха, а это значит, что каждый ребенок в лагере продолжает свой индивидуальный терапевтический маршрут. Для каждого ребенка в лагере на отдых ставятся определенные цели и задача педагогов.

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ

- Подготовка лагеря к летним сменам.
- Возведение новых построек.
- Ландшафтные работы.
- Закрытие потребностей руководства лагеря в волонтерской помощи.

ЭТАПЫ ПРОГРАММЫ

Подготовку к очередному заезду можно разделить на несколько этапов:

- Первые работы начинаются зимой накануне нового сезона. Совместно с руководством лагеря Группа КСО КПМГ обсуждает потребности лагеря и утверждает соответствующий план работ.
 - Во внутреннем корпоративном издании КПМГ размещается новость о начале набора волонтеров среди сотрудников и членов их семей. В условиях участия сообщается, что волонтерам предоставляется проживание на территории лагеря и питание, в то время как проезд они берут на себя (чтобы сохранить ощущение вклада и сформировать более ответственное отношение к предстоящей поездке).
 - Параллельно ищутся средства на реализацию плана работ. Поиски ведутся среди партнеров, клиентов ЦЛП и КПМГ.
 - В мае осуществляется короткая поездка Группы КСО и руководства лагеря, чтобы точнее определиться с нужным количеством волонтеров и объемом предварительных работ. Предварительные работы, требующие профессиональной реализации (к примеру, возведение фундамента), обычно осуществляются внешними подрядчиками или другими специалистами. Чаще всего это работы на условиях *pro bono*.
 - Непосредственный выезд волонтеров обычно проходит в середине июня, когда устанавливается подходящая для уличных работ погода. С 2011 года количество волонтеров неизменно росло, и, начав в 2011 году с 25 волонтеров в проекте, в 2016 году волонтерами стали уже более 70-ти сотрудников и членов их семей.

- По итогам выезда составляются внутренние и внешние отчеты, делаются публикации, на внешних ресурсах выкладываются фото- и видеоматериалы. Все это делается с целью поощрения волонтеров и привлечения дополнительных средств на нужды лагеря и работу ЦЛП.

СОТРУДНИЧЕСТВО

Поскольку все работы по благоустройству выполняются исключительно на деньги, которые КППМГ инвестирует самостоятельно и привлекает от других компаний, в разные годы к проекту были привлечены такие компании, как Deloitte, Мегафон, МТС, DPD, МАКС и MIELE. Кроме корпоративных доноров, данный проект поддерживают также частные лица, включая топ-менеджмент КППМГ.

Ежегодные работы по обновлению и подготовке лагеря проводятся в тесном сотрудничестве с руководством лагеря и ЦЛП. Именно они глубоко знают потребности лагеря и семей, состояние тех или иных построек, сложности и неудобства, с которыми сталкивается лагерь в продолжение смен. Так, в свое время в лагере не было сигнала сотовой связи, и в результате сотрудничества с компанией МТС было проверено качество сигнала и проведены работы по его усилению. Ввиду влажного и прохладного климата плохо и подолгу сохла детская одежда, а стирать в условиях детского лагеря приходится много. Тогда компания КППМГ обратилась к спонсорам, и в лагере были установлены стиральные и сушильные машины Miele.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВОЛОНТЕРОВ

Ежегодный бюджет проекта для компании относительно невелик и в среднем составляет чуть более 500 тысяч рублей расходов на закупку строительных материалов, вакцинацию сотрудников от клещевого энцефалита, питание волонтеров. Основной вклад КППМГ в проект – это волонтеры компании, члены их семей и друзья. Группа КСО поощряет участие и новых, и уже побывавших в лагере волонтеров, поэтому их количество неизменно растет. В то же время следом за количеством волонтеров растут и объемы работ в лагере, поэтому потребность в первых сохраняется. Группа КСО всячески поощряет волонтеров и заказывает фирменные толстовки, футболки, проводит встречи с подведением итогов и озвучиванием благодарности от ЦЛП и руководства лагеря. К концу лета во внутреннем корпоративном издании публикуется статья о том, как в обновленном лагере прошли смены, какие в нем побывали дети и специалисты, какие мероприятия прошли, приводятся слова благодарности родителей.

С учетом того, что основными благополучателями являются дети с особенностями развития, сотрудничество при работе над проектом ведется с фондом, которому принадлежит лагерь, – Центром лечебной педагогики. По необходимости привлекаются органы местной власти, чтобы согласовать те или иные изменения на территории лагеря. Также имеет место сотрудничество с компаниями, участвующими в финансировании проекта: это компании, перечисляющие деньги на нужды лагеря, или товары/услуги, в которых нуждается лагерь.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Результаты проекта можно оценить по результатам деятельности компании и ее волонтеров. За прошедшие шесть лет в лагере были проведены следующие работы:

- 2011 год – 20 волонтеров КПМГ возвели ограду вокруг лагеря, чтобы дети, которые в силу своих диагнозов не могут выполнять инструкции не покидать территорию лагеря, не могли покинуть ее.
- 2012 год – 24 волонтера полностью перестроили кухню в одном из двух корпусов, проект назывался «Мамина кухня». Кухня была оснащена современным оборудованием, полностью обновлен интерьер.
- 2013 год – 30 волонтеров обновили кухню в корпусе № 2. Проект назывался «Папина кухня» и включил аналогичные 2012 году работы.
- 2014 год – 35 волонтеров возвели теплый и удобный душевой домик, обновили игровые комнаты, театральный салон и детскую столовую.
- 2015 год – 40 волонтеров построили крытую террасу – столовую второго корпуса для творческих занятий и общих трапез, работали над обновлением лагеря в том или ином виде.
- 2016 год – 70 волонтеров построили 18 помостов под палатки, чтобы в них могли безопасно и удобно находиться дети на колясках, и шатер над костром для вечерних сборов. Благодаря этим помостам дети, перемещающиеся на колясках, и их семьи могли в полной мере насладиться отдыхом на природе, проживая в сосновом лесу в палатке. Кроме того, был возведен шатер над костром, чтобы вечером вокруг него можно было собраться, несмотря на непогоду.

ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ

Группа КСО планирует развивать проект, привлекая сотрудников компании в качестве волонтеров, новые компании, готовые помогать в форматах in kind и pro bono, способствуя широкому освещению деятельности лагеря и ЦЛП, его возможностей, сильных сторон и потребностей.

Вадим Ковалев

Ассоциация менеджеров

В программе присутствуют устойчивость, долгосрочность и системный подход. Создан алгоритм сотрудничества между компанией и стейкхолдерами, включая сотрудников, региональные НКО и бизнес-партнеров. Зафиксирован рост числа добровольцев и вовлеченности партнеров.



III место

Программа «Молодежное волонтерское движение в городе Котельниково Волгоградской области»

Акционерное общество «Минерально-химическая компания «ЕвроХим»

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ: сформировать активное и устойчивое местное сообщество в городе, которое станет одним из стейкхолдеров городского развития.

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с 2012 года.

БЮДЖЕТ: 25 тысяч рублей.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: дети города Котельниково, дети сотрудников ЕвроХим-ВолгаКалия.

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

Город Котельниково в 190 км к юго-западу от Волгограда был до 2008 года тихим и провинциальным городком в волгоградской степи при железнодорожной станции. Но с 2008 года все здесь стало интенсивно меняться. Сейчас это главная точка роста в Волгоградской области. Здесь ЕвроХим возводит Гремячинский горно-обогатительный комбинат и строит новый жилой микрорайон.

Молодежное волонтерское движение – это абсолютная инновация для 21-тысячного Котельниково. До прихода ЕвроХима никакого развития социальной сферы в городе не было. Молодежь не состояла ни в каких объединениях и организациях. Никогда не было ни волонтеров, ни каких-либо ярких молодежных инициатив нового формата. Инициаторам удалось сформировать успешно работающую уже пять лет модель волонтерского движения, соответствующую поставленным задачам.

На начальном этапе сработали четыре фактора: личная инициатива, грамотная концепция, выстроенное партнерство и мотивация детей.

Наиболее существенные мотивационные факторы:

- участие в мероприятиях позволяет приобрести практический опыт. Участие в проектах научило их командной работе, повысило навыки коммуникаций (ребята спокойно выходят на улицы, не стесняются общаться с незнакомыми людьми, предлагать им участие в акциях и т.д.), стали серьезнее и ответственнее, научились заботиться о других людях, помогать нуждающимся.
- расширяются возможности общения.
- возникает возможность принять участие в интересных и «статусных» событиях.
- возможность сформировать «волонтерское портфолио» как ресурс для будущей общественной карьеры: «выпускники» движения получают личные книжки волонтера с перечислением проектов плюс благодарственные письма.

Движение к настоящему времени сформировано тремя «поколениями» (когортами) участников: «выпускники» движения, основная команда – организационное ядро, неофиты-ученики. Старшее поколение «выпускников» молодежного волонтерского движения уже начало учиться в сузах и вузах. Например, в 2015 году выпустились восемь волонтеров, а в 2016 – еще четыре. Из них два человека поступили в вузы по целевому направлению от ЕвроХим-ВолгаКалия, ожидается приход этих ребят в компанию в качестве молодых специалистов. Также ребята выбрали в качестве места обучения Казанский университет экологии и природопользования, Институт бизнеса. Важно отметить, что практически все ребята хорошо учились, успешно сдали ЕГЭ, поступили в вузы. Они занимаются спортом, творчеством (занимаются в театральных и художественных студиях), имеют полезные хобби и увлечения – снимают видеосюжеты, пытаются запустить свои блоги, сочиняют. Волонтерское движение стало для них хорошей школой жизни и реальных дел. Старшее поколение осуществляет консультационную поддержку организации волонтерских мероприятий.

Сложившийся за пять лет календарь событий молодежного волонтерского движения в Котельниково включает:

- Участие в новогодних мероприятиях (гуляния, интерактивные утренники для детей);
- 8 марта – поздравление женщин на улицах города (творческие handmade-подарки, небольшие поздравительные обращения);
- Весенняя Цветочная акция совместно с Детским экологическим центром Проект «Цветущие клумбы – городу» по озеленению пяти заброшенных клумб – этот проект вполне соответствует современной тенденции городского огородничества;
- День Победы (опека ветеранов на протяжении всего праздничного дня);
- День защиты детей (интерактив с детьми в парке, в детском отделении Котельниковской ЦРБ; во время одной из акций устроили во дворе больницы катание детей на лошади – это очень интересное решение с иппотерапевтическим моментом);
- День молодежи (участие в организации);
- День ЕвроХима (интерактив с детьми во время дневной части праздника);
- День знаний (помощь в организации спектакля для первоклассников, раздача подарков первоклассникам);
- День пожилого человека (изготовление самодельных креативных подарков с рукописными поздравлениями и поздравление на улицах);
- Осеннее благотворительное мероприятие в Волгограде (участие в организации).

Таким образом, молодежное волонтерское движение в Котельниково выстроено вокруг трех видов активизма:

- Создание handmade и эмоциональных подарков и проведение с их помощью интерактивных акций с пожилыми, ветеранами и детьми.
- Креативное участие с новыми форматами в праздниках и мероприятиях.

- Работа с территорией и городской средой через инициативные решения – скворечники, клумбы, озеленение.

Все это новые формы работы для бывшей «деревни», которая быстро превращается в новый индустриальный центр Волгоградской области.

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ

У проекта изначально не было никаких прагматических корпоративных задач, кроме социальной – не мешать своим сотрудникам попробовать создать детский волонтерский клуб. С его появлением, то есть с решением первичной социальной задачи появления и укоренения самого механизма, возможна постановка социальных задач следующего этапа. В очень тонком и слабом социальном контексте – это единственный правильный путь через поощрение инициатив, которые потом могут быть партнерами в решении конкретных задач.

СОТРУДНИЧЕСТВО

На этапе создания движения организаторы выстроили отношения с основными городскими институциями. Изначально получена поддержка начальника отдела районного образования, директоров школ, и после этого инициаторы начали в школах встречаться со старшеклассниками и излагать им идеи движения и привлекать желающих. Было проведено много разъяснительной работы относительно концепции и организации волонтерского движения. Далее было налажено тесное взаимодействие с Детским экологическим центром и отделом культуры администрации района. Таким образом, изначально была выстроена модель управления, в которой ЕвроХим – это инициатор программы, но не как корпорация, а на уровне отдельных сотрудников (движение «не принадлежит» ЕвроХиму), и местная администрация в лице отделов образования и культуры – это стратегические партнеры, курирующие участие и вовлеченность детей и «присваивающие» непосредственные «полевые» результаты их деятельности (но движение тоже «не принадлежит» муниципалитету). Движение – это партнерская социальная инициатива, совместный проект бизнеса (через личное участие), власти (через личное и институциональное участие) и общества (через личное участие).

Сегодня ЕвроХим (как и другие партнеры, такие как Детский экологический центр и отдел образования) предоставляет помещение для проведения обсуждений и планерок, оплаченное время сотрудников, а также один раз в 2013 г. оказал поддержку движению, обеспечив комплектами брендированной формы.

РЕЗУЛЬТАТЫ

С 2012 г. по 2017 г. через молодежное волонтерское движение прошло около 70 человек. В разные годы список волонтеров составлял от 20 до 30 человек, каждый год приходят и «выпускаются» несколько человек. Организационное «ядро» движения составляют до 15 активистов. Участвующие дети – это учащиеся всех школ города. Возраст волонтеров 14–16 лет. В настоящее время численность детей в

возрасте от 14 до 16 лет в Котельниково – около 550 человек; таким образом, в волонтерское движение в Котельниково включено более 5% всех детей города – это очень значительный показатель. Социальный результат очевиден – это формирование городского молодежного актива. Практический результат пока не столь очевиден, но это следствие акцента в этой модели скорее на процесс.

Результаты проекта: укоренение детского волонтерства, стимул для развития других форм волонтерства, возможность увеличения масштаба и тиражирования

- Благодаря проекту в Котельниково появилось и успешно действует волонтерское движение. Волонтеры стали неотъемлемой частью городских мероприятий, городского социально-культурного ландшафта и придали «свежесть» типовым муниципальным праздничным активностям. Но главное, чего удалось добиться в этой программе за пять лет, – это ее устойчивость и работающий механизм воспроизводства числа участников движения.

- Программа является стимулом и опорой для развития других форм волонтерства, в частности корпоративного. У будущего корпоративного волонтерства ЕвроХим теперь есть «вторая точка крепления» в городе – опытные кадры, прошедшие хорошую детскую волонтерскую школу.

- Данная программа может быть примером тиражирования в других регионах, в том числе как стандартный элемент при реализации благотворительной деятельности и корпоративной социальной ответственности.

ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ

Организационные факторы устойчивости волонтерского движения в Котельниково:

- Брендирование, обеспечивающее узнаваемость. Волонтеры сами разработали логотип и выбрали цвет узнаваемых рыжих бейсболок, футболок и шарфов. ЕвроХим помог с их изготовлением.

- Фото-видео фиксация и отражение в медиа – в соответствии с современными подходами. Вся деятельность движения отражена на сайте www.kotelnikovo34.ru. Все акции параллельно проходят в оффлайне и онлайн, отчеты и результаты выкладываются в социальных сетях. Медиа-фиксацию акций проводят сами дети.

- Функция курирования волонтерской деятельности закреплена в отделе общественных связей ЕвроХима и в районном отделе образования. Вся деятельность учитывается внутри компании.

- Помимо функционала, для занимающихся волонтерским движением людей это является личным «профессиональным» хобби. Это всегда очень успешная модель.

По задумке инициаторов организованное городское молодежное волонтерское движение (на которое сделана ставка) и зарождающаяся волонтерская активность на создающемся предприятии ЕвроХим-ВолгаКалий (это донорские акции, сбор денежных средств на благотворительность, дни открытых дверей на предприятии) развиваются естественно, параллельно и имеют несколько точек

пересечения. Молодые специалисты вместе с волонтерами принимают участие в городских акциях и мероприятиях, организуют несколько волонтерских событий «от предприятия». Дети сотрудников начинают участвовать в городских проектах.

Культура волонтерства начинает постепенно «прорастать» в городе и на строящемся предприятии, зарождается точечное применение этого инструмента в социальных организациях города.

Таким образом, успех городского детского волонтерства как клуба активных детей старшего школьного возраста и реального инструмента помощи в реализации городских социальных, праздничных и благотворительных проектов – это стимул для постепенного развития волонтерства в других сферах города Котельниково.

Ожидается, что сотрудники ЕвроХима, которые сегодня сами организуют социально ориентированные акции и участвуют в социальных проектах, наряду со старшим поколением «выпускников» молодежного волонтерского движения, уже приобретших опыт, будут ядром «взрослого» и корпоративного волонтерства с запуском и ростом предприятия и населения Котельниково.

Вадим Ковалев

Ассоциация менеджеров

Этот небольшой по общероссийским масштабам, но очень масштабный и важный для маленького города Котельниково живой проект инициативного городского детского волонтерства, стимулирующий появление волонтерства корпоративного, взрослого и профессионального. Организационная модель, коммуникации и работа с медиа в рамках данного проекта соответствуют не локальному, а как минимум региональному уровню. Проект может быть типовой моделью для активизации местных сообществ малых городов.



**Высшая
школа менеджмента**

Санкт-Петербургского
государственного университета

Номинация

«Лучшая программа (проект), способствующая развитию образования в России»

Партнер номинации: Институт «Высшая школа менеджмента» (ВШМ СПбГУ)

Какие проекты рассматриваются: Благотворительные программы (проекты) компаний, направленные на поддержку учреждений начального, среднего, высшего и дополнительного профессионального образования в Российской Федерации.

Приоритет: Программы (проекты), поддерживающие инновационные образовательные программы, направленные на подготовку квалифицированных кадров для развития приоритетных направлений, в том числе, модернизации российской экономики, а также способствующие развитию предпринимательской активности в Российской Федерации.

Юрий Благов

Директор Центра КСО им. ПрайсвогтерхаусКуперс ВШМ СПбГУ

В 2013 г. Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета впервые представила номинацию «Лучшая программа (проект), способствующая развитию образования в Российской Федерации» в рамках проекта «Лидеры корпоративной благотворительности». В 2014 и 2015 гг. партнером номинации выступал Факультет государственного управления Московского государственного университета, а с 2016 г. ее партнером вновь стала ВШМ СПбГУ. Таким образом, данную номинацию традиционно представляют ведущие классические университеты страны, лидеры отечественного управленческого образования.

Всего за 2013-2017 гг. в номинации были представлены 56 программ и проектов, охватывающих различные направления и аспекты поддержки бизнесом образовательной деятельности. Победителями предыдущих лет становились, соответственно, проект «Методический и общепросветительский портал о металлургии metalspace.ru» (ЗАО «Объединенная Металлургическая Компания» совместно с НИТУ «МИСиС», 2013), программа «Статус: Онлайн. Компьютерная грамотность для людей старшего поколения и людей с ограниченными возможностями» (Аффилированные компании «Филип Моррис Интернешнл» в России, 2014 г.), Школьная образовательная программа «Разговор о правильном питании» (ООО «Нестле Россия», 2015), проект Всероссийского конкурса научных работ школьников «13 элемент. Алхимия будущего» (ОК РУСАЛ совместно с Сибирским федеральным университетом, 2016). Лучшие программы и проекты объединяют высокий уровень организации, комплексная оценка достигаемых эффектов, четкая связь с корпоративной стратегией, направленной на создание не только «социальной», но и «разделяемой (общей)» ценности в интересах бизнеса и общества. При этом поддержка образования как таковая тесно переплетается с другими

направлениями корпоративной благотворительности, такими как развитие местных сообществ, поддержка науки, здравоохранения, культуры и искусства.

Важно отметить, что все эти годы поддержка образования оставалась наиболее популярным направлением благотворительной деятельности российского бизнеса. Доля компаний – участников конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности», реализующих программы и проекты данного направления, в среднем составляла 85% (83% в 2013 г., 89% в 2014 г., 87% в 2015 г. и 79% в 2016 г., соответственно). Характерно, что данная ситуация вполне соответствует мировой тенденции. По данным авторитетного международного издания *Giving in Numbers*, в 2016 г. поддержка образования всех уровней (дошкольного, полного среднего всех ступеней, а также высшего) оставалась самым приоритетным направлением благотворительной деятельности ведущих глобальных компаний. В основе этой тенденции — понимание бизнесом той роли, которую играет развитие образования в достижении глобальных Целей устойчивого развития, принятых Организацией Объединенных Наций в 2015 г. Показательно, что ООН выделяет обеспечение всеохватного и качественного образования для всех и поощрение обучения на протяжении всей жизни в качестве отдельной глобальной цели (Цель 4). Как отмечается в докладе «Цели устойчивого развития ООН и Россия», подготовленном Аналитическим центром при правительстве Российской Федерации, Цель 4 актуальна и для России, причем особо выделяются задачи обеспечения к 2030 году равного доступа к недорогому и качественному профессионально-техническому образованию, а для высшего образования — повышения качества и соответствия нуждам экономики. Очевидно, что решение задач подобного уровня невозможно без эффективного межсекторного взаимодействия, в рамках которого, по мнению ООН, от бизнеса ожидают инвестирования средств в создание соответствующей материальной и методической базы.

В 2017 г. в номинации «Лучшая программа (проект), способствующая развитию образования в Российской Федерации» рассматривались программы (проекты) одиннадцати компаний, лучшие из которых полностью соответствовали духу и букве четвертой Цели устойчивого развития ООН. Победителем признан Образовательный проект «Универсальный дизайн» для студентов архитектурных и строительных вузов России, представленный компанией JTI. Второе место поделили два инициативы, направленных на поддержку и развитие математического и естественнонаучного образования. Это Всероссийский проект поддержки математиков «Математическая прогрессия» ПАО «Газпром нефть» и программа «СТЕМ: точные науки для школьников и студентов» компании «Эксон Нефтегаз Лимитед», оператора проекта «Сахалин-1». Третье место заняла Всероссийская образовательная программа «Лифт в будущее – таланты для наукоемких областей», реализуемая ПАО АФК «Система». Опыт победителя и лауреатов номинации интересен, показателен и, безусловно, заслуживает внимательного изучения, обобщения и систематизации. Заложенный в нем потенциал тиражирования и масштабирования может быть реализован в различных регионах Российской Федерации в рамках благотворительной деятельности как отдельных компаний, так и различного рода партнерств.



I место

Образовательный проект «Универсальный дизайн»
для студентов архитектурных и строительных вузов
России

JTI

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ: устранить существующую дискриминацию в отношении людей с инвалидностью путем обучения специалистов принципам универсального дизайна и повышения уровня осведомленности общества о трудностях, с которыми сталкиваются люди с инвалидностью.

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с 2014 года.

БЮДЖЕТ: 5 млн руб.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: архитекторы, студенты, работники социальных служб, сотрудники органов государственной власти; люди с инвалидностью; общество в целом.

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

Универсальный дизайн (другое его название инклюзивный дизайн) – это широкий спектр идей по созданию доступной среды не только для граждан с инвалидностью и пожилых людей, но и для всех категорий населения. Под созданием среды подразумевается строительство зданий и сооружений с учетом их безопасной и удобной эксплуатации, производство товаров, предоставление услуг.

Люди с инвалидностью – одна из самых уязвимых социальных групп в России. На сегодня в стране насчитывается более 14 млн людей с различной формой инвалидности. Основные трудности, с которыми сталкиваются люди с инвалидностью в России, – это социальная изоляция, труднодоступность и отсутствие специальных условий в общественных местах (театры, торговые центры, парки и т. д.), ограниченный доступ к медицинской помощи, образованию и и другим видам услуг. В 2011 году в России была запущена государственная программа «Доступная среда», рассчитанная до 2020 года. К сожалению, данная программа не предусматривает обучение специалистов в области архитектуры и дизайна принципам проектирования на основе универсального дизайна для создания доступной /безбарьерной среды для людей с инвалидностью и маломобильных граждан.

В связи с этим, в конце 2014 года JTI Россия, совместно с Региональной общественной организацией инвалидов «Перспектива» запустила новый инновационный проект, направленный на продвижение концепции универсального дизайна в рамках учебных курсов архитектурных и строительных вузов, а также в ходе всероссийского конкурса на лучший проект по универсальному дизайну среди студентов, специализирующихся в области архитектуры и дизайна. Для России это уникальная идея, в рамках которой соревнующиеся команды студентов во взаимодействии с местными жителями с инвалидностью должны выбрать реальный

объект, нуждающийся в модернизации. В России студенты в области архитектуры не изучают универсальный дизайн в своих учебных заведениях, поскольку их преподаватели обладают о нем лишь поверхностными знаниями. Универсальный дизайн предусматривает возможность использования архитектурного пространства всеми людьми без исключения, и этот проект воплощает в себе концепцию доступности окружающей среды для людей с инвалидностью, которая до сих пор для России чрезвычайно нова.

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ:

- Разъяснение специалистам и студентам, занимающимся архитектурой и дизайном, концепции универсального дизайна и городской среды, комфортной для инвалидов.
- Разработка практических инструментов и мероприятий для продвижения принципов и методов универсального дизайна.
- Повышение информированности общества, специалистов и представителей власти о тех многочисленных барьерах, с которыми люди с инвалидностью сталкиваются в повседневной жизни, и о том, как эти барьеры устранить.

ОСНОВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ В РАМКАХ ПРОЕКТА:

1. Лекция «Универсальный дизайн. Путь от идеи до реализации» в Государственном музее архитектуры имени А.В.Щусева. Потенциальные участники Общероссийского конкурса «Универсальный дизайн» – студенты архитектурных и строительных вузов – узнали о том, как можно создать свой собственный проект, который будет востребован.

2. Лекция члена Союза архитекторов России, советника Президента Союза архитекторов России Алексея Комова о важности доступной среды. В ходе лекции он презентовал слушателям проекты, реализовываемые им в должности советника главы администрации г. Евпатория по архитектурной политике: адаптация пляжей, парков и других объектов инфраструктуры в городе-курорте.

3. Участие специалистов РООИ «Перспектива» в отдельной сессии по Универсальному дизайну в Сколково.

4. Участие в рабочей сессии по предпроектному исследованию доступности сервисов, услуг и среды Сбербанка.

5. Второй всероссийский конкурс студенческих работ «Универсальный дизайн» вновь продемонстрировал большой интерес к этой теме: более 160 молодых дизайнеров и архитекторов – студентов строительных, художественных и архитектурных вузов Волгограда, Новосибирска, Москвы и других городов страны представили свои уникальные разработки. Транспортный узел станции «Лосиноостровская», прототип мультиварки «Тифлос», которую удобно использовать незрячим людям, переводчик с жестового языка – эти и другие проекты оценивали те, кто знает толк в универсальном дизайне и архитектуре.

6. Лекции Айви Барды (Aivija Barda), председателя Правления Балтийского центра архитектуры, руководитель общественной организации «ES REDZU» («Я вижу»), представитель Союза архитекторов России Латвии. Каковы принципы универсального дизайна? Какие трудности и барьеры приходится преодолевать при создании универсального дизайна? Айвия БАРДА рассказала об этом на практических примерах в Латвии. К участию были приглашены студенты архитектурных, строительных, художественных вузов. Лекция прошла на территории Дизайн-завода «Флакон».

7. Вебинар «Роль экспертов в создании доступной (безбарьерной) среды» с Василием Бондаревым, экспертом Системы сертификации по формированию доступной среды для инвалидов и маломобильных групп населения, лидером движения «Недоступная среда» (Санкт-Петербург).

8. Вебинар «Универсальный дизайн: проектирование, технологии, разработки. От идеи до воплощения» с Павлом Осиповым, директором «Элита Групп», – компании-разработчика аппаратных и программных средств, уководителем программы «Технологии Возможностей» в Фонде поддержки слепоглухих «Со-единение».

9. Вебинар «Универсальность как средство формирования равных возможностей» с Ириной Жук, архитектором, специализирующимся на универсальной доступной среде для людей с одновременным нарушением зрения и слуха. Рассматриваемые вопросы: что мешает пониманию инвалидности в современном мире, почему общество делится на людей с ОВЗ и без, универсальный дизайн: доступность или отсутствие барьеров.

10. Вебинар «Новые требования переработанного Свода правил «Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения» с Осиновской Верой, сотрудником Департамента труда и соцзащиты города Москвы, специалистом по паспортизации общественных/жилых зданий.

11. Вебинар «Конкурс по Универсальному дизайну – твой шанс для стартапа!», адресованный студентам архитектурных и строительных вузов в рамках проекта «Облегчение разработки доступной/безбарьерной среды для людей с инвалидностью (ЛСИ) на основе принципов универсального /инклюзивного дизайна».

12. В течение года были проведены аудиты на доступность мест общественного пользования: оценка Торгового центра «Мега Белая Дача» на предмет доступности для людей с инвалидностью; оценка парка «Сокольники», аудит Бабушкинского парка культуры и отдыха (в течение года администрация Бабушкинского парка воплотила в жизнь практически все рекомендации «Перспективы»: установила подъемники для людей, передвигающихся на колясках, тактильные мнемосхемы на входе и сенсорное информационное табло для незрячих. В итоге парк стал удобным для всех категорий людей с инвалидностью).

СОТРУДНИЧЕСТВО

Партнер проекта – региональная общественная организация инвалидов «Перспектива» (РООИ «Перспектива»).

В рамках проекта осуществлялось сотрудничество со следующими организациями:

- Союз архитекторов России
- Министерство образования и науки РФ
- Министерства промышленности и торговли
- Архитектурные и строительные вузы России
- Некоммерческие организации

При поддержке Министерства образования и науки РФ в рамках проекта в 2015 и 2016 гг. были организованы единственные в России всероссийские студенческие конкурсы по Универсальному дизайну. В рамках конкурса в 2016 году были представлены 53 проекта. Их авторы – студенты архитектурных, искусствоведческих, строительных и технических вузов из разных городов России. Всего в конкурсе приняли участие 160 студентов из 11 городов.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВОЛОНТЕРОВ

Группа волонтеров из числа сотрудников JT1 в количестве 13 человек участвовала в организации процесса аудита парка Сокольники в Москве на предмет доступности для людей с инвалидностью. Команда оценщиков соответствовала всем стандартам, – анализ доступности проводили люди с разными видами инвалидности – и те, кто передвигаются на коляске, и незрячие, а помогали им в этом сотрудники компании. Волонтеры компании JT1 также оценили пространство парка: они надели повязку на глаза и самостоятельно ориентировались в пространстве, определяя при этом те зоны парка, которые им доступны или недоступны. Все параметры измерялись рулетками, результаты фиксировались с помощью фотоаппаратов и блокнотов. Результаты аудита были представлены администрации парка, которой предстоит еще очень много работы, прежде чем заявить, что парк соответствует стандартам доступности.

РЕЗУЛЬТАТЫ

- Проект изменил отношение более 240 студентов-архитекторов из 25 городов к тому, как нужно проектировать и строить город, одинаково комфортный для всех его жителей.
- Более 1350 архитекторов, студентов, представителей органов государственной власти, руководителей организаций инвалидов и прочих специалистов узнали об универсальном дизайне.
- 17 архитектурных проектов вышли в финал второго всероссийского студенческого конкурса по универсальному дизайну, прошедшего при поддержке Министерства образования и науки РФ. Их авторы – студенты архитектурных, искусствоведческих, строительных и технических вузов из разных городов России. Всего в конкурсе приняли участие 160 студентов из 11 городов, которые представили на конкурс 53 проекта.
- Было проведено 8 презентаций, включая 6 вебинаров по универсальному дизайну с участием зарубежных экспертов для более чем 1150 преподавателей, представителей органов государственной власти, социальных работников, персонала реабилитационных центров, студентов и т.д.

- Более 10 архитекторов из Москвы заявили о намерении продолжить поддержку проекта и студенческого конкурса по универсальному дизайну.
- Благодаря проверкам доступности, которые провела Региональная общественная организация людей с инвалидностью «Перспектива», несколько общественных мест – например, ТЦ МЕГА «Белая дача», Московская международная высшая школа бизнеса (МИРБИС), Министерство промышленности и торговли РФ, Парк «Бабушкинский», Институт физкультуры в Екатеринбурге, Парк «Сокольники» стали более доступными для инвалидов.
- Проект получил поддержку со стороны Союза архитекторов России, местных архитекторов и российских вузов, имеющих архитектурные факультеты, а также был официально одобрен Министерством образования.
- Около 30 вузов заявили о намерении продолжить участие в студенческом конкурсе по универсальному дизайну. Наконец, оба международных эксперта, участвовавших в проекте, были весьма впечатлены и самим конкурсом, и его результатами.
- Более 30 000 людей увидели социальную рекламу универсального дизайна на федеральных телеканалах и в общественных местах. Видеоролики «Принципы» и «Городские маршруты», посвященные этой теме, транслировались на каналах на ТВ3, Москва 24, РЕН-ТВ, НТВ, ТВЦ и на плазменных панелях аэропорта «Внуково».

СТРАТЕГИЯ ОЦЕНКИ

Проект «Универсальный дизайн» каждый год проходит оценку по принятой в компании на глобальном уровне модели London Benchmarking Group (LBG), в рамках которой анализируются не только количественные показатели, такие как, например, количество студентов, архитекторов, чиновников и социальных работников, которые, благодаря участию в проекте получили знания об УД, или количество проаудированных на предмет доступности мест общественного пользования, но, также уделяется не меньшее внимание долгосрочному эффекту и устойчивым изменениям, происходящем в обществе благодаря проекту компании. Мы пытаемся оценивать насколько, благодаря конкурсу, лекциям и семинарам, а также социальной рекламе, повысилась информированность общества о проблемах доступности мест общественного пользования для людей с инвалидностью, трудностях, с которыми они сталкиваются в повседневной жизни, принципах и концепции универсального дизайна и изменение восприятия в обществе людей с инвалидностью.

Каждый год по результатам оценки проекта в его содержание вносятся соответствующие корректировки. По результатам оценки проектов, поступающих на конкурс по Универсальному дизайну среди студентов, каждый год в Положение о конкурсе вносятся изменения в соответствии с рекомендациями экспертов. С ростом популярности конкурса среди студентов, его условия ужесточаются, а требования к работам становятся все более профессиональными и высокими.

После финала 1-го всероссийского конкурса по УД в 2015 году стало понятно, что многие студенты архитектурных и строительных вузов, представившие свои проекты, очень поверхностно понимают, что такое универсальный дизайн. В 2016-м

стала очевидной необходимость организовать архитектурную школу для студентов, чтобы они поняли, что такое универсальный дизайн, набрались опыта и уже в следующем году на конкурсе могли представить достойные проекты, включающие в себя все 7 принципов универсального дизайна.

ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ

Проект получил поддержку со стороны Союза архитекторов России, местных архитекторов и российских вузов, имеющих архитектурные факультеты, а также был официально одобрен Министерством образования. Около 30 вузов заявили о намерении продолжить участие в студенческом в проекте и в конкурсе по универсальному дизайну.

В 2017 году в рамках проекта планируется увеличить количество вовлеченных студентов и специалистов до 1500 человек, количество вузов до 33. Планируется, что более 3000 человек в разных городах России смогут узнать о концепции универсального дизайна и создании доступной/ безбарьерной среды для всех через социальную рекламу, публикации в СМИ и различные мероприятия. Более 10 мест общественного пользования (парки, музеи, торговые центры и др.) будут проверены на предмет доступности для людей с разной формой инвалидности. Более 250 студентов архитектурных и строительных вузов из 20 городов планируется привлечь к участию в ретеем Всероссийском конкурсе по универсальному дизайну.

Юрий Благов

Центр КСО им. ПрайсвотерхаусКуперс ВШМ СПбГУ

Компания JTI представила проект, который не только строго соответствует содержанию номинации, но и наглядно демонстрирует комплексный подход к решению конкретной социальной проблемы — устранению дискриминации в отношении людей с ограниченными возможностями. Образовательный компонент, как таковой, сопровождается и поддерживается аудитом общественных зданий и открытых пространств, проведением всероссийского студенческого конкурса, комплексом информационно-разъяснительных мероприятий. Проект содержательно дополняет государственную программу «Доступная среда», реализуемую в Российской Федерации с 2011 г., при осуществлении проекта создана эффективная партнерская сеть. Четкая организация, логичная и понятая система оценки, достигнутые результаты и перспективы развития — все это позволяет отнести данный образовательный проект к лучшим практикам корпоративной благотворительности.



II место

Всероссийский проект поддержки математиков
«Математическая прогрессия»

ПАО «Газпром нефть»

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ: выявление и раскрытие способностей одаренной молодежи из регионов РФ и развитие научно-кадрового потенциала компании.

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с 2015 года.

БЮДЖЕТ: 21 млн. рублей.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: одаренные школьники и студенты из регионов, специализирующиеся на изучении математики и информатики; студенты математико-механического факультета СПбГУ; сотрудники математической Лаборатории им. П.Л. Чебышева СПбГУ.

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

«Математическая прогрессия» – комплексный проект поддержки одаренных математиков, направленный на повышение научно-кадрового потенциала компании. Проект подразумевает обеспечение одаренной молодежи из регионов, обладающих выдающимися достижениями в области математики и информатики, возможностями для развития своих способностей в одном из ведущих математических центров – СПбГУ, а также включает в себя поддержку математической Лаборатории им. П.Л. Чебышева СПбГУ, научно-образовательная деятельность которой направлена на развитие фундаментальных наук, раскрытие потенциала одаренной молодежи, проведение актуальных научных исследований.

Уникальность проекта «Математическая прогрессия» состоит в интеграции образовательного процесса с научной деятельностью лаборатории им. П.Л. Чебышева СПбГУ. По инициативе сотрудников лаборатории им. П.Л. Чебышева СПбГУ была создана сильная преподавательская группа из действующих ученых, которые разработали современные образовательные курсы по актуальным разделам математики и теоретической информатики. Взаимосвязь научной и образовательной частей проекта «Математическая прогрессия» создает благоприятные условия для формирования нового поколения специалистов-математиков.

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ

1. Поиск и выявление талантливых школьников из регионов России.
2. Обеспечение их возможностями для обучения в одном из ведущих вузов страны.
3. Поддержка студентов математико-механического факультета СПбГУ.
4. Вовлечение в процесс обучения студентов сотрудников компании.
5. Обеспечение обмена опытом между научным сообществом и сотрудниками компании с целью повышения научного потенциала компании, а также проведения совместных исследований.

6. Продвижение «Газпром нефти» как привлекательного работодателя среди молодежи.

НАПРАВЛЕНИЯ ПРОГРАММЫ

1. Обеспечение талантливых школьников из регионов возможностями для развития своего потенциала в одном из ведущих математических центров страны – СПбГУ.

В преддверии начала приемной кампании СПбГУ при поддержке «Газпром нефти» приглашает победителей и призеров всероссийских олимпиад и олимпиад 1-ого уровня (50 чел.) в Санкт-Петербург для ознакомления с городом и возможностями математического образования университета. В рамках ознакомительного визита, который длится 2 дня, для будущих абитуриентов организуется посещение СПбГУ и цикл лекций выдающихся ученых-математиков, в т.ч. лекция обладателя медали Филдса Станислава Смирнова. Студенты, которые по итогам визита поступают в СПбГУ, могут претендовать на именную стипендию «Газпром нефти». В 2016 году в рамках проекта подобные научно-образовательные мероприятия были проведены для всех участников всероссийской олимпиады, финал которой прошел в Санкт-Петербурге.

С целью обеспечения финансовых возможностей для обучения в Санкт-Петербурге при поступлении ежегодно устраивается конкурс на присуждение 20 стипендий в размере 15 000 рублей ежемесячно. Стипендия выплачивается ребятам из регионов, поступившим в СПбГУ на программу бакалавриата без экзаменов, в течение всего периода обучения в университете при условии обучения на «хорошо» и «отлично». В случае, если претендентов на стипендию меньше, чем количество выделенных стипендий, оставшееся количество стипендий выплачивается на основе рейтинга. По итогам 2016 года стипендиатами стали 39 студентов 1 и 2 курсов из 20 регионов России, в том числе из регионов присутствия компании «Газпром нефть».

Кроме того, с целью обеспечения возможностей студентов быть в курсе актуальных научных течений, в 2016 году была запущена программа тревел-грантов для одаренных студентов в ведущие российские и международные математические школы. В 2016 году было выделено 5 грантов в Женеву, 5 в Дубну, 8 в Москву. В 2017 году программа тревел-грантов расширена – ее участниками могут стать не только студенты, но и талантливые школьники общеобразовательных учреждений.

2. Поддержка научной и образовательной деятельности математической исследовательской лаборатории им. П.Л. Чебышева СПбГУ.

Ключевым принципом работы с одаренными детьми является привлечение к работе с ними научных кадров, работающих на переднем крае науки. Для нового бакалавриата СПбГУ и петербургской математической школы такими кадрами являются сотрудники и приглашенные профессора математической Лаборатории им. П.Л. Чебышева СПбГУ. Они принимают активное участие в образовательной программе бакалавриата, при этом проводят собственные исследования, регулярно принимая участие в конференциях, направленных на обмен информацией по

актуальным научным направлениям с ведущими российскими и зарубежными учеными. Многие сотрудники лаборатории сами являются представителями одаренной молодежи (граница – 35 лет). Таким образом, поддержка научно-образовательной деятельности Лаборатории и ее сотрудников позволяет повышать уровень подготовки одаренных студентов, мотивировать студентов и молодых ученых на продолжение деятельности в области науки и инноваций и развивать фундаментальные математические науки в целом.

В рамках проекта при поддержке «Газпром нефти» реализуется:

1. Проведение лекций и семинаров российских и зарубежных ученых на базе СПбГУ. В 2016 году поддержан приезд 12 ведущих российских и зарубежных ученых, в том числе из Индии, Франции, Чехии, Великобритании. Слушателями лекций являются более 200 студентов.

2. Проведение конкурса Габриеля Ламе на место приглашенного профессора – совместная инициатива Посольства Франции в Российской Федерации и СПбГУ, призванная подчеркнуть и усилить научные связи между французским и российским математическими сообществами. По итогам конкурса ученые с мировыми именами приезжают в Санкт-Петербург на три месяца, чтобы на базе СПбГУ прочитать курс лекций и провести семинары по своей научной тематике.

3. Видеозапись лекций и лекционных курсов (проект «Лекториум»).

4. Поддержка научных публикаций сотрудников лаборатории (опубликовано 14 научных трудов сотрудников Лаборатории).

5. Организация международных конференций (в 2016 году – 7 конференций).

6. Поддержка научных поездок сотрудников лаборатории.

7. Выплата стипендий аспирантам и премий пост-докам (5 стипендий и премий по 30 000 рублей в месяц в течение 12 месяцев) за высокие достижения в научно-исследовательской деятельности. Премии математикам присуждаются на конкурсной основе в номинациях «Аспирант», «Молодой пост-док» (менее трех лет после защиты кандидатской диссертации), «Пост-док» (от трех, но не более шести лет после защиты кандидатской диссертации). Лауреаты определяются сотрудниками лаборатории им. П.Л. Чебышева СПбГУ и членами-корреспондентами РАН на основе заявленных резюме и исследовательских проектов.

ЭТАПЫ ПРОГРАММЫ

Первая ступень – отбор одаренных школьников. Проведение специального конкурса, в рамках которого отбираются выдающиеся выпускники школ из российских регионов. Среди них: ученики сильных региональных математических школ (рейтинг ТОП-500), победители и призеры всероссийских и международных олимпиад и олимпиад 1-го уровня по математике*

*Линейка всероссийской олимпиады по математике (последний этап + региональные этапы), Городские олимпиады Санкт-Петербурга и Москвы, Международный математический турнир городов.

Победители конкурса приглашаются на математическую смену в школе «Сириус» для одаренных детей, посещают СПбГУ и цикл лекций известных ученых-математиков.

Вторая ступень – Поддержка мотивации студентов. Участники ступени – студенты-отличники старших курсов математико-механического факультета СПбГУ. Выплата именных стипендий.

Третья ступень – Поддержка научно-исследовательской деятельности молодых ученых.

Ступень ориентирована на молодых ученых (аспирантов и кандидатов наук), получение ими прикладных математических знаний и проведение исследований. В ее рамках к работе с молодыми учеными привлекаются известные ученые, работающие на переднем крае науки – сотрудники и приглашенные профессора математической лаборатории им. П.Л. Чебышева.

«Газпром нефть» финансирует научные поездки молодых ученых и выплачивает именные премии, которые присуждаются сотрудниками лаборатории им. П.Л. Чебышева СПбГУ и членами-корреспондентами РАН на основе заявленных резюме и исследовательских проектов.

Четвертая – высшая – ступень «Математической прогрессии» – Поддержка фундаментальных исследований.

Включает проведение международных конференций, поездок математиков на стажировки, выпуск научных публикаций; выплата премий сотрудникам по результатам научной деятельности, проведение конкурса российско-французской кафедры Габриеля Ламе на место приглашенного профессора в СПбГУ.

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

Семинары и лекции программы являются открытыми, актуальная информация размещается на сайте лаборатории, ресурсах университета, компании (внешние ресурсы (сайты, соцсети) и внутренние (порталы для сотрудников)).

Кроме того, значимые события широко освещаются в средствах массовой информации, которые, в свою очередь проявляют высокую заинтересованность в освещении подобных мероприятий. В частности, прошедшую в 2016 году камерную церемонию награждения стипендиатов и лауреатов премии «Математическая прогрессия» осветили 4 телеканала.

Как одно из направлений реализации проекта, направленного в том числе на привлечение внимания общества к важности и перспективности математических наук, компания инициирует спецпроекты на популярных образовательных порталах. В частности, в 2016 году был реализован проект совместно с порталом Мел.фм.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Ввиду того, что программа запущена в 2015 году, оценку конверсии студентов-участников программы в сотрудников компании произвести не предоставляется возможным. Однако 100% студентов, обучающихся на программе бакалавриата, посещают секции и научно-практические семинары в Лаборатории им. П.Л. Чебышева

СПбГУ, что свидетельствует об эффективности программы с точки зрения вовлечения студентов в науку и создания условий, позволяющих им не отвлекаться от обучения.

В настоящий момент ведется база студентов и их достижений, которая позволит произвести оценку эффективности проекта в долгосрочной перспективе.

По итогам набора 2016 года увеличилось количество студентов-победителей и призеров всероссийских олимпиад по математике и информации, поступивших на программу бакалавриата. (По сравнению с 2015 годом на 4 человека больше, итого 27 человек). По информации сотрудников Лаборатории им. П.Л. Чебышева СПбГУ, за два года на программу поступило больше призеров всероссийской олимпиады школьников по математике, чем на любую другую аналогичную программу в вузах России.

В результате посещения совместных мероприятий проекта в 2016 году началось сотрудничество в области математических наук между сотрудниками «Газпромнефть Научно-техническим центром» (основной центр разработок инноваций для предприятий «Газпром нефти») и сотрудниками Лаборатории. Проведена серия семинаров, в рамках которых специалисты научно-технического центра «Газпром нефти» и ученые СПбГУ обсудили актуальные вопросы нефтегазовой отрасли, а также достижения актуальных мировых исследований, которые могут быть применимы к решению бизнес-задач. Всего было выявлено 5 направлений для проведения совместных исследований, в 2017 году осуществляется их проработка и запуск.

В 2017 году реализация проекта продолжается.

Юрий Благов

Центр КСО им. ПraiswoterhausKуперс ВШМ СПбГУ

Всероссийский проект поддержки математиков «Математическая прогрессия» прекрасно иллюстрирует создание «разделяемой (общей)» ценности в интересах общества и бизнеса. С одной стороны, проект направлен на поддержку образования и науки в той области, состояние которой во многом определяет перспективы инновационного развития российской экономики в условиях четвертой промышленной революции. При этом выявление и раскрытие способностей одаренной молодежи осуществляется в рамках комплексной поддержки математико-механического факультета СПбГУ, в частности — математической исследовательской лаборатории им. П.Л.Чебышева. С другой стороны, проект четко увязан с развитием научно-кадрового потенциала компании. Компания «Газпром нефть» продемонстрировала высокий уровень экспертизы в определении многогранности поставленной проблемы, способность эффективной реализации крупномасштабной комплексной программы федерального уровня.



ЭКСОН НЕФТЕГАЗ ЛИМИТЕД
Оператор проекта «Сахалин-1»

II место

СТЕМ: точные науки для школьников и студентов

Компания «Эксон Нефтегаз Лимитед», оператор проекта «Сахалин-1»

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ:

Повышение престижа и интереса к естественно-научному образованию среди школьников, что должно привести к повышению уровня подготовки школьников по профильным предметам для поступления абитуриентов на естественнонаучные, математические и инженерно-технические направления подготовки Сахалинского государственного университета (СахГУ) и других профильных университетов; совершенствование системы подготовки и научно-исследовательской деятельности студентов Сахалинского государственного университета (СахГУ).

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с 2011 года.

БЮДЖЕТ: 35,561,788 рублей.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: ученики и учителя средних общеобразовательных и специализированных школ области, студенты и профессорско-преподавательский состав СахГУ.

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

Аббревиатура СТЕМ происходит от английского STEM – Science (наука), Technology (технологии), Engineering (инженерное дело), Mathematics (математика).

Работа в нефтегазовой индустрии является престижной среди сахалинцев, однако зачастую ряд обстоятельств препятствует молодежи получить образование, позволяющее успешно конкурировать на рынке труда и получить работу в нефтегазовых предприятиях Сахалинской области. Сказывается и территориальная удаленность Сахалина от университетов, которые являются лидерами инженерного и нефтегазового образования, и отставание в технической оснащенности, и требующий повышения уровень преподавания точных наук в школах, и многое другое.

Обеспечение равных возможностей для сахалинских школьников при поступлении в высшие учебные заведения на инженерные специальности и нефтегазовое дело, а также повышение доступности высшего нефтегазового и инженерного образования для жителей Сахалина соответствует интересам местного населения.

Необходимость реализации программы продиктована также и дефицитом высококвалифицированных технических и инженерных кадров в Сахалинской области, а также оттоком молодых талантливых выпускников сахалинских школ в другие регионы на учебу в вузы и затем в связи с трудоустройством.

При реализации социальных проектов компания ЭНЛ осуществляет регулярные консультации с представителями региональных и местных властей, профильных ведомств и министерств и учитывает интересы местного населения.

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ:

- Модернизация материально-технической базы СахГУ и средних школ Сахалинской области научно-образовательным и исследовательским оборудованием.
- Реализация программ приглашенных профессоров и стажировок для преподавателей.
- Реализация программы обучения техническому английскому языку для студентов.
- Проведение очно-заочных образовательных сессий по направлениям физика-математика и химия-биология для учащихся средних образовательных учреждений с привлечением преподавателей ведущих вузов страны, а также техническое оснащение школ для усиления преподавания этих дисциплин.

НАПРАВЛЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Программа «СТЕМ: точные науки для школьников и студентов» реализуется с 2011 года на основе ежегодного планирования по двум основным направлениям: в системе высшего образования и в системе среднего образования.

Касательно системы высшего образования можно сказать, что основной этап по приобретению научно-исследовательского и образовательного оборудования находится в заключительной стадии. В настоящее время упор делается на поддержку программ обучения, что позволит повысить эффективность использования приобретенного оборудования. Следующим этапом будет поддержка специализированных образовательных программ и расширение программы стажировок для студентов в компании.

В системе среднего образования завершился этап создания ресурсных центров (создано 7 центров на базах общеобразовательных школ), где упор был сделан на приобретение и внедрение в систему образования современных цифровых лабораторий. В настоящее время реализуется этап по оснащению ресурсных центров и других учебных заведений робототехническим оборудованием. На следующем этапе планируется проведение областных соревнований по робототехнике, расширение программ стажировок и обучения по направлению «робототехника».

СОТРУДНИЧЕСТВО

Принимая во внимание, что целевой аудиторией Программы являются ученики и учителя средних общеобразовательных и специализированных школ области, студенты и профессорско-преподавательский состав СахГУ, при реализации программы компания осуществляет сотрудничество с региональными органами власти, включая Министерство образования Сахалинской области.

В 2011 году был подписан первый трехсторонний договор по развитию физико-математического образования в школах области между компанией ЭНЛ, Министерством образования Сахалинской области и Институтом развития образования Сахалинской области (ИРОСО). Это положило начало устойчивому профессиональному взаимодействию компании, профильного ведомства и института, выполняющего по настоящее время роль оператора подпрограммы. Впоследствии трехсторонние договоры стали подписываться на ежегодной церемонии подписания в присутствии представителей компании, Министерства, ИРОСО и средств массовой информации, что обеспечивает дополнительный общественный контроль над программой.

В 2012 году губернатором Сахалинской области и Президентом компании ЭНЛ был подписан Меморандум о сотрудничестве между Правительством Сахалинской области и компанией ЭНЛ. Данный Меморандум положил начало долговременному сотрудничеству Правительства области и компании по развитию высшего инженерного и естественно-математического образования, включая создание Технического нефтегазового института. Позже в рамках Меморандума о сотрудничестве были подписаны и официальные Протоколы о намерениях между Правительством области и компанией. Впоследствии были также созданы рабочие группы из представителей Министерства образования Сахалинской области, СахГУ и компании ЭНЛ по развитию данного направления в образовании.

В 2016 году между Правительством Сахалинской области и компанией ЭНЛ был заключен новый Меморандум о сотрудничестве, в котором стороны обозначили намерение совместно развивать инженерное и естественнонаучное образование в Сахалинской области как в сфере высшего образования, так и в сфере среднего образования.

Также стоит отметить, что при реализации программы развития инженерного и естественнонаучного образования компания ЭНЛ, как оператор проекта «Сахалин-1», проводит популяризацию данной программы с целью привлечения к сотрудничеству основных подрядных организаций проекта «Сахалин-1». Так, одним из последних примеров такого сотрудничества явилось внедрение в образовательный процесс СахГУ программного обеспечения компании «Шлюмберже», которая на безвозмездной основе предоставила программный продукт, а компания ЭНЛ оплатила курсы по обучению работе с данным пакетом программ для преподавателей университета.

Помимо этого, в ближайших планах стоит реализация междисциплинарного курса по разработке нефтегазовых месторождений в СахГУ совместно со специалистами из РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВОЛОНТЕРОВ

Многие сотрудники компании за время реализации программы принимают участие в развитии технического образования на безвозмездной основе. Так, волонтеры-высокопрофессиональные специалисты компании про-

водят презентации и лекции как для студентов, так и для школьников. Такая форма взаимодействия является очень востребованной и дает возможность студентам и школьникам напрямую пообщаться со специалистами, вовлеченными в реальный производственный процесс. В планах дальнейшего развития программы стоит привлечение к данному типу волонтерской деятельности специалистов других компаний, задействованных в проекте «Сахалин-1». Количество волонтеров, участвующих в данной Программе, варьируется в зависимости от производственной необходимости.

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

Информирование властей о ходе реализации программы компания ЭНЛ осуществляет в рамках регулярных встреч с руководством области и профильного министерства. Помимо этого, проводится информационная кампания с участием местных СМИ, направленная на популяризацию данной программы среди местного сообщества, и ежегодно выпускается отчет компании ЭНЛ о социальной деятельности, содержащий информацию в том числе и о данной программе.

Обратная связь с основными стейкхолдерами осуществляется посредством регулярных встреч, а также с помощью финансово-аналитических отчетов по проектам.

Программа в основном реализуется посредством предоставления грантов в соответствии с установленными в компаниями процедурами. Гранты получают непосредственно образовательные некоммерческие организации (вузы, школы).

РЕЗУЛЬТАТЫ

На сегодняшний день программа позволила оснастить Технический нефтегазовый институт, Институт естественных наук и техносферной безопасности СахГУ современным научно-исследовательским и образовательным оборудованием (вложено более 15 миллионов долларов США). Также создано 7 ресурсных центров на базе общеобразовательных школ, продолжается оснащение школ робототехническим оборудованием. В текущем году впервые за долгое время на физико-математическом факультете СахГУ появился конкурс среди абитуриентов, что свидетельствует о повышении интереса школьников к точным наукам, в том числе, благодаря программе, реализуемой компанией.

СТРАТЕГИЯ ОЦЕНКИ

Представляемая программа, наряду со всеми другими социальными проектами компании ЭНЛ, проходит внутреннюю оценку эффективности в соответствии с принятой системой оценки эффективности проектов. Помимо этого, эксперты из российской Ассоциации специалистов по оценке программ и политик провели независимую внешнюю оценку данной программы по результатам ее реализации в 2016 г..

ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ

Компания намерена в дальнейшем развивать представленную программу, добиваясь качественного повышения уровня образования в сфере точных дисциплин как в области высшего, так и среднего образования в сахалинской области.

Приоритетным направлением в развитии программы будут служить образовательные программы приглашенных профессоров и преподавателей, программы тренингов и стажировок.

Многолетний мониторинг и регулярная оценка промежуточных результатов и эффективности программы «СТЕМ: точные науки для школьников и студентов» позволяют своевременно корректировать ее приоритетные направления, обеспечивая таким образом устойчивость программы и повышая ее вклад в решение социальных проблем, актуальных для региона в текущий период.

Юрий Благов

Центр КСО им. ПрайсвогтерхаусКуперс ВШМ СПбГУ

Программа «СТЕМ: точные науки для школьников и студентов» – пример успешной адаптации глобальной инициативы корпорации «Эксон Мобил» по развитию математического и естественнонаучного образования к специфическим условиям конкретного региона. Реализация взаимосвязанных проектов в областях среднего и высшего образования открывает для сахалинских школьников новые, равные возможности доступа к высшему образованию соответствующих направлений. Основа программы — модернизация материально-технической базы Сахалинского государственного университета (СахГУ) и средних школ Сахалинской области, обеспечивающая устойчивую реализацию поставленных задач на длительный период. Увязывая программу поддержки образования с развитием местного сообщества, компания «Эксон Нефтегаз Лимитед» продемонстрировала способность эффективного участия в государственно-частном партнерстве регионального уровня.



АКЦИОНЕРНАЯ ФИНАНСОВАЯ КОРПОРАЦИЯ
СИСТЕМА

III место

Всероссийская образовательная программа
«Лифт в будущее – таланты для наукоемких областей»
ПАО АФК «Система»

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ: Воспитание молодых технологических лидеров, обладающих конкурентоспособными компетенциями для эффективной работы в условиях новых экономических вызовов; подготовка квалифицированных инженерных кадров для высокотехнологичных отечественных предприятий, в том числе компаний АФК «Система»; содействие развитию новых форм инженерного образования всех уровней для подготовки специалистов для новой экономики.

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с 2011 года.

БЮДЖЕТ: 270 млн рублей.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: школьники и студенты, имеющие высокую мотивацию к изучению естественнонаучных и точных дисциплин, а также преподаватели среднего, высшего и дополнительного образования, заинтересованные в популяризации инженерного образования и науки и готовые к профессиональному самосовершенствованию.

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

По мере того, как нарастает конкуренция за таланты, очевидным становится разрыв между системой образования и быстро меняющимся рынком труда, возникают новые профессии на стыке традиционных сфер знаний. В том, чему учат сегодня новое поколение специалистов в России, наблюдается перекокс в пользу программ по менеджменту, экономике, праву (53% выпускников). При этом страдают естественные науки, инженерное дело (20%). Такая же ситуация в большинстве развивающихся стран. Программа «Лифт в будущее» призвана способствовать преодолению этого разрыва в интересах развития высокотехнологичных и наукоемких отраслей.

На протяжении пяти лет программа «Лифт в будущее» успешно реализовывала и реализует разные форматы взаимодействия с целевыми аудиториями:

1. Конкурсы. С 2011 года проведено более 70 различных конкурсов среди школьников и студентов.
2. Зарубежные стажировки. В 2012-2013 гг. 50 студентов, аспирантов и молодых ученых со всей России, победители ряда конкурсов, организованных программой «Лифт в будущее», прошли зарубежные стажировки в Германии по трем основным направлениям: химия, информационные технологии и инженерные науки. Программа стажировки подбиралась индивидуально, учитывая специализацию и интересы каждого участника.
3. Стипендиальная программа. В 2013-2015 гг. была реализована стипендиальная программа для студентов технологических специальностей – конкурс на

получение стипендии среди студентов, представивших наиболее интересные конкурсные работы по одному из объявленных научных направлений. Стипендиатами программы «Лифт в будущее» стали 500 студентов из всех регионов России.

4. Курсы повышения квалификации для педагогов. В 2013-2015 гг. 400 педагогов, подготовивших победителей конкурсных мероприятий программы, прошли повышение квалификации в МГУ имени М.В. Ломоносова.

5. Выездные научно-образовательные (позже – инженерно-конструкторские) школы «Лифт в будущее» для детей в возрасте 14-17 лет, интересующихся научно-техническим творчеством.

В 2016 год открыл новый важный этап в реализации программы «Лифт в будущее», которая была существенно реорганизована и дополнена. Впервые за все время работы мероприятия программы одновременно охватили все уровни образовательной траектории подготовки будущих технологических лидеров, включая учеников средней и старшей школы (конкурс «Система приоритетов» и инженерно-конструкторские школы «Лифт в будущее»), студентов бакалавриата и магистратуры, а также аспирантов высших учебных заведений РФ (грантовый конкурс «Системное решение»).

В дополнение к формату индивидуальной поддержки в 2016 году впервые стартовал ряд всероссийских проектов в области институциональной поддержки образования. Их целевыми аудиториями стали организации дополнительного научно-технического образования школьников (грантовый конкурс «Люди будущего»), подразделения российских вузов, непосредственно занятых трудоустройством студентов и выпускников (грантовый конкурс «Факультет карьеры»).

Таким образом, в рамках новых конкурсов охвачены все ключевые субъекты сферы образования – от учащихся и педагогов до университетов и работодателей. Реализованы проекты, направленные непосредственно на привлечение новых, перспективных специалистов в компании АФК «Система». Выстроена система отбора талантливых и мотивированных студентов для проектной работы над реальными отраслевыми задачами. Это дает возможность эффективно готовить квалифицированные кадры, а также закладывает фундамент для прорывного развития отечественных высокотехнологичных компаний.

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ

- Формирование непрерывной траектории подготовки «школа – вуз – работодатель» в логике Национальной технологической инициативы (НТИ).
- Обеспечение преемственности передачи знаний и компетенций в рамках единого вектора воспитания технологических лидеров для новой экономики.
- Создание системы подготовки педагогических кадров, обладающих стратегическим видением общей образовательной траектории.
- Интеграция реальных задач действующих компаний АФК «Система» в научно-техническую проектную работу школьников и студентов.

- Построение сети партнерств с основными стейкхолдерами (университетами, государственными агентствами развития, бизнес- и экспертным сообществами).

СОТРУДНИЧЕСТВО

Программа реализуется на базе широкого партнерства заинтересованных сторон – образовательных и научных учреждений, некоммерческих организаций, отраслевых компаний и предприятий.

С самого начала ключевым партнером АФК «Система» в этом проекте выступил Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова. На конец года «Лифт в будущее» заключил партнерские соглашения с более чем 20 российскими вузами. На сегодняшний день ключевыми партнерами программы со стороны сферы образования являются: Томский государственный университет, Казанский технологический университет, Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова, Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Санкт-Петербургский университет информационных технологий, механики и оптики (ИТМО), Российский государственный университет нефти и газа имени М. Губкина, Южно-Уральский государственный университет, Московский политехнический университет, Московский авиационный институт, Университет национальной технологической инициативы, Сибирский федеральный университет, Южный федеральный университет, Юго-Западный университет, Самарский государственный университет, Уральский федеральный университет, Уфимский государственный нефтяной технический университет, Национальный исследовательский технологический университет МИСиС, Томский государственный политехнический университет, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Пермский государственный университет, Тюменский государственный университет, Тверской государственный университет, Российская экономическая школа, Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет.

Соглашения с ведущими технологическими вузами предполагают проведение совместных мероприятий с целью развития кадрового потенциала учащихся школ, абитуриентов и студентов, а также деятельность по выявлению талантливой молодежи, ее активному вовлечению в проектную и научно-исследовательскую деятельность в научно-технической сфере, повышение инновационного потенциала молодежных проектов, формирование осознанного профессионального выбора.

Для представителей бизнеса сотрудничество с программой «Лифт в будущее» – это возможность найти и привлечь в свою компанию талантливых сотрудников, которые готовы работать на переднем крае технологий, участвовать в проектных работах, у которых есть свое видение процессов и желание реализовать свои идеи. Так, в ноябре 2016 года Группа «Кронштадт» совместно с БФ «Система» впервые провела день открытых дверей для студентов-программистов и педагогов крупнейших технических вузов Санкт-Петербурга получивших уникальную возможность ознакомиться с процессом создания инновационных программно-аппаратных решений,

обсудить перспективы прохождения оплачиваемых стажировок, трудоустройства, профессионального и карьерного роста в компании.

В 2016 году 4 призера Всероссийского финала конкурса по разработке мобильных приложений «IT ШКОЛА выбирает сильнейших!» компании Samsung получили путевки в осеннюю инженерно-конструкторскую школу «Лифт в будущее». Еще один яркий пример межсекторного взаимодействия – проект общественного педагогического движения «Лига образования», организованный при поддержке корпорации Intel и НП «Лифт в будущее». В рамках первого Международного Образовательного Аэрокосмического Креатона «Молодые инноваторы меняют мир: Россия-Великобритания 2016», посвященного 55-летию первого полета человека в космос, ученики 8-10 классов из московского лицея «Вторая школа» и британской школы Townley Grammar School осуществили запуск восьми ракет из подмосковного города Троицка.

Компания «НИССА Диджиспейс», занимающаяся разработкой и внедрением программно-аппаратных комплексов цифрового проектирования и аддитивного производства, уже не первый год предоставляет 3d-принтеры для работы инженерно-конструкторских школ «Лифт в будущее».

Среди партнеров программы также компании: Лаборатория интеллектуальных технологий «ЛИНТЕХ», «Р-Фарм», «Спутниковые инновационные космические системы», ООО «Коптер Экспресс» и другие.

С программой активно сотрудничают как государственные, так и некоммерческие организации (Фонд КАФ, АСИ, Ассоциация менеджеров, Институт опережающих исследований «Управление человеческими ресурсами» им. Е.Л. Шифферса и другие).

В ноябре 2016 года было подписано соглашения о сотрудничестве между Институтом опережающих исследований им. Е.Л. Шифферса, НП «Лифт в будущее» и Федеральным государственным бюджетным научным учреждением «Республиканский государственный центр многокомпонентных информационных компьютерных сред» – оператором детских Технопарков «Кванториум», которые создаются правительствами регионов совместно с Минобрнауки России в рамках стратегической инициативы «Новая модель дополнительного образования» Агентства стратегических инициатив. Первым мероприятием в рамках соглашения стало обучение педагогов регионов присутствия технопарков по тематике «Введение в логику инфраструктурных проектов и взаимодействие с реальным заказчиком».

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВОЛОНТЕРОВ

Существенную роль в реализации программы играет интеллектуальное волонтерство. Сотрудники компаний Группы АФК «Система» проводят мастер-классы, выступают наставниками и экспертами в рамках школ «Лифт в будущее». В среднем порядка 10-15 корпоративных волонтеров принимают участие в работе каждой выездной школы.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Результаты реализации программы «Лифт в будущее» в 2016 году:

В конкурсе проектов «Система приоритетов» для школьников 14-17 лет, занимающихся научно-техническим творчеством, приняли участие более 1000 человек. Конкурс является заочным отборочным этапом, победители которого получают грант (путевку) в выездную федеральную инженерно-конструкторскую школу «Лифт в будущее».

Две федеральные инженерно-конструкторские школы «Лифт в будущее», в разработке программ которых принимали участие специалисты Московского политехнического университета, Института опережающих исследований им. Шифферса, эксперты рабочих групп НТИ, состоялись в Всероссийском детском центре «Орленок». В школах приняли участие 302 школьника из всех регионов РФ. 90 школьников стали призерами школ, половина из них получили дополнительные баллы к ЕГЭ от 7 ведущих российских технических вузов. 30 призеров школ получили гранты для поддержки талантливой молодежи от Министерства образования и науки РФ. По итогам каждой школы в центральной и региональной прессе вышли более 100 публикаций.

Также в 2016 году был дан старт региональным инженерно-конструкторским школам «Лифт в будущее». Первая такая школа состоялась в рамках детского благотворительного фестиваля «Солоны» в Республике Алтай. В школе приняли участие 75 школьников республики. В 2017 году состоятся уже 4 инженерно-конструкторские школы в Республике Алтай, Республике Карелия, Екатеринбурге и Томске.

В 2016 году с двумя выпускниками инженерно-конструкторских школ, десятиклассниками из Пскова и Кургана БФ «Система» подписал договор на реализацию ИТ-платформы для взаимодействия выпускников школ и экспертов. Платформа позволит продолжить реализацию проектов, начатых в школах.

На конкурс для организаций дополнительного научно-технического образования школьников «Люди будущего» поступило 420 заявок из 20 регионов России, 40 из них стали победителями. Гранты в размере до 600 000 рублей на реализацию проектов, направленных на поддержку развития научно-технического творчества школьников, были выданы в начале 2017 года.

Грантовый конкурс «Факультет карьеры» на лучшие проекты по усовершенствованию механизмов взаимодействия между вузами и работодателями собрал заявки от 34 ведущих российских университетов, 5 из которых получили гранты в размере до 900 000 рублей.

На грантовый конкурс для студентов и аспирантов «Системное решение» было подано более 100 заявок от студенческих проектных групп. В результате 16 команд получили гранты в размере до 500 000 рублей на реализацию своих проектов.

С целью продвижения проекта и популяризации профессии педагога 4 октября 2016 года, в канун Дня учителя, в 6 крупнейших городах России БФ «Система» и проект «Лифт в будущее» представили ретроспективную тематическую выставку оригинальных авторских фото, посвященных теме образования и учителям.

Фотовыставка «Спасибо, Учитель!» в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Нижнем Новгороде, Краснодаре и Уфе более 100 тысяч человек. Известные политики, ученые, бизнесмены, артисты, спортсмены каждого региона приняли участие в презентационных пресс-конференциях, публично поблагодарив своих наставников.

В целом при оценке результативности программы учитывается региональных охват, количество победителей и призеров конкурсов, поданных и утвержденных проектов, грантополучателей и успешно реализованных грантовых проектов, прошедших стажировку школьников и студентов, а также количество трудоустроившихся.

СТРАТЕГИЯ ОЦЕНКИ

При программе «Лифт в будущее» действует независимый экспертный совет, осуществляющий оценку результатов программы и профессиональное содействие в реализации проектов.

С целью продвижения лучших образовательных практик и расширения партнерской сети представители «Лифта в будущее» регулярно участвуют в качестве экспертов в крупных профильных мероприятиях по теме образования, таких, как Московский международный салон образования, Фестиваль Науки 0+, III Международная научно-практическая конференция «Образование и мировые города: система координат для современного университета» и другие.

Юрий Благов

Центр КСО им. ПрайсвогтерхаусКуперс ВШМ СПбГУ

Всероссийская образовательная программа «Лифт в будущее — таланты для наукоемких областей» впечатляет многогранностью, продуманностью, масштабностью и потенциалом развития. Реализация программы базируется на подробном продолжающемся исследовании поставленной проблемы, что позволяет четко формулировать и актуализировать ее цель и задачи. Проекты по институциональной поддержке среднего и высшего образования, начатые в 2016 г., позволили охватить в рамках единой долгосрочной программы всю образовательную траекторию подготовки молодых специалистов для компаний высокотехнологичных отраслей российской экономики, к которым относятся и компании АФК «Система». Важно отметить, что добавление к программе новых направлений и проектов, развитие партнерских отношений четко следуют единой логике, в фокусе которой остается поиск и поддержка молодых талантов.



Номинация

«Лучшая программа (проект), направленная на поддержку современного искусства и культуры в России»

Партнер номинации: Музей современного искусства «Гараж»

Рассматриваются: благотворительные программы и проекты компаний в области культуры и современного искусства, направленные на обеспечение интеллектуального и физического доступа, увеличение критической массы гуманитарного сообщества в России, обеспечение открытой профессиональной среды в культурных институциях, поддержку просветительских инициатив энтузиастов, работающих pro bono.

Приоритеты: актуальность; четкая формулировка целей и задач; программы и проекты, реализуемые на стыке искусства, культуры, науки, образования; содействие развитию местных сообществ; следование политике равных возможностей; потенциал для масштабирования.

Анастасия Митюшина,

куратор публичных программ Музея современного искусства «Гараж»

В 2016 году проект Музея современного искусства «Гараж» по созданию словаря терминов современного искусства на русском жестовом языке, поддержанный компанией ЛТ, занял первое место в номинации «Лучшая программа (проект), направленная на поддержку современного искусства и культуры». Мы признательны, что в этом году Музей выступает в данной номинации уже в качестве эксперта. В процессе отбора победителя сотрудники «Гаража» учитывали не только все основные критерии оценки, но также принимали во внимание следующие факторы:

- Текущие результаты проекта, поскольку все поданные заявки представляют собой инициативы, реализуемые не первый год. Нам было важно отследить историю развития проекта, реакцию публики и этапы преобразования этого проекта.
- Стратегическое планирование и последующие возможности для расширения границ проекта и развития его участников. Для Музея «Гараж» одним из важных показателей успешности инициативы является не только результаты, но и возможность самостоятельной работы после окончания программы поддержки.

Все чаще различные коммерческие компании стремятся самостоятельно организовывать культурные проекты. И чтобы получить более качественный результат они обращаются за экспертизой в различные художественные институции. Благодаря такой кооперации компаниям удается принимать активное участие в осуществлении проектов, а не ограничиваться исключительно финансированием. Более того, в ходе осуществления подобных проектов компании получают возможности развивать свои продукты, повышать их качество и расширять аудиторию.

Наиболее распространенными формами поддержки культурных институций являются поддержка молодых художников и взаимовыгодное партнерство (например, в области разработки той или иной инновационной технологии). Последнее направление особенно важно, поскольку здесь имеет место быть не только экспертиза со стороны музея, но и со стороны компании. Таким образом, партнерство предполагает обмен уникальным опытом, что способствует развитию как бизнеса, так и самих институций.



I место

Благотворительная грантовая программа
«Музеи Русского Севера» компании «Северсталь»
ПАО «Северсталь»

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ: активизация деятельности региональных музеев в сфере культурного туризма, развитие туристских ресурсов и содействие устойчивому развитию регионов Русского Севера через поддержку новых направлений и форм музейной работы

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с 2007 года.

БЮДЖЕТ: 7 млн рублей.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: музейные работники, посетители музеев в регионах присутствия компании.

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

Благотворительная грантовая программа «Музеи Русского Севера» проводится по инициативе компании «Северсталь» с 2007 года в рамках одного из приоритетных направлений благотворительной деятельности компании – поддержки и развития отечественной культуры.

Идея благотворительной программы родилась как результат многолетней поддержки «Северсталью» крупнейших российских музеев, с одной стороны, и музеев в регионах присутствия компании – с другой. Логичным продолжением этой деятельности стала реализация масштабной музейной программы в «якорном» для корпорации крае – в регионе Русского Севера. Программа задумывалась как дополнительный инструмент поддержки региональных музеев, который должен укрепить их статус центров интеллектуальной и духовной жизни регионов, мотивировать музейных работников к новым видам творческой деятельности в эпоху инновационных технологий.

Сегодня для многих северных регионов именно уникальное культурное наследие становится своеобразной отраслью специализации, которая оказывает стимулирующее воздействие на их экономику, способствует общему улучшению среды и уровня жизни. Одним из стратегически важных направлений региональной политики в области экономического и социокультурного развития территорий является туризм.

С 2015 года часть программы «Музеи Русского Севера» ориентирована на поддержку проектных инициатив музеев в сфере культурного туризма и развитие туристских ресурсов северных регионов России. Основной акцент серии специальных мероприятий программы 2015–2016 гг. был сделан на обсуждении практики эффективного взаимодействия туристического бизнеса и региональных музеев. Проектам музейного туризма был посвящен и главный конкурс программы – VII открытый грантовый конкурс проектов «Музеи Русского Севера».

Программа проводилась среди государственных, муниципальных, частных музеев и галерей художественного профиля, а также музеев других профильных групп, обладающих художественными собраниями.

Оператор Благотворительной программы «Музеи Русского Севера» компании «Северсталь» в 2016 году (и по настоящее время) – Фонд поддержки научных, образовательных и культурных инициатив «Траектория».

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ:

- Выстраивание взаимовыгодного партнерства в рамках треугольника «музеи – бизнес – власть».
- Помощь музеям в овладении навыками создания и управления таким партнерством.
- Повышение общественного статуса и востребованности потенциала культуры в развитии региональной экономики.

НАПРАВЛЕНИЯ

Программу составили следующие структурные блоки:

1. Конкурс тревел-грантов на финансирование поездок музейных работников для участия в форумах, конференциях, круглых столах, семинарах и др. профессиональных мероприятиях, проводимых на территории РФ.

Цель конкурса состояла в поддержке устойчивого развития музеев из четырех ключевых регионов присутствия компании «Северсталь» – республик Карелия и Коми, Вологодской и Мурманской областей.

В задачи конкурса входили:

- расширение профессионального кругозора музейных работников;
- реализация потребностей в профессиональном общении;
- создание условий для профессионального развития;
- освоение нового опыта, актуальных музейных технологий и практик;
- повышение квалификации и профессиональный рост.

Общий размер фонда тревел-грантов составил 1 200 000 рублей. Максимальная сумма гранта на одного человека – 30 000 рублей.

Конкурс проводился в два потока: в первом потоке участвовали заявки на профессиональные поездки периода май-август, во втором – на поездки сентября-декабря 2016 года.

Всего на оба потока поступило 123 заявки, из которых было поддержано 63.

2. Творческие лаборатории «Музей – турфирма: технологии партнерства»

В 2016 году программа «Музеи Русского Севера» продолжила экспертный диалог о месте музея в системе туризма, начатый годом ранее на форуме «Музеи в туризме: стратегии и опыт» в Череповце. Две межрегиональные лаборатории объединили более 100 представителей музеев, турбизнеса и органов власти регионов присутствия компании «Северсталь».

Лаборатории ставили своими задачами:

- ознакомление работников музеев с актуальными подходами к созданию, продвижению и реализации музейно-туристских продуктов;
- апробацию нового типа партнерских отношений в системе «музей – турфирма»;
- разработку идей туристских программ и маршрутов в партнерстве музеев и туроператоров.

В результате трехдневного лабораторного интенсива участники разработали и представили идеи межмузейных культурно-познавательных маршрутов. Авторы двух маршрутов из Республики Коми были приглашены выступить с докладами на ежегодном круглом столе «Музеи и проблемы культурного туризма» в Государственном Эрмитаже – «Село Ыб на карте туристских маршрутов Республики Коми» и «В Сёйты за вдохновением. О любимом месте отдыха драматурга Николая Дьяконова». Проект Воркутинского музейно-выставочного центра «Воркута – шахты по кругу» стал победителем VII грантового конкурса «Музеи Русского Севера» в номинации «Маршрут». Ряд маршрутов был взят в работу региональными туроператорами.

Расходы, связанные с проведением лабораторий, в том числе оплата проезда, проживания и питания участников, осуществлялись из бюджета программы «Музеи Русского Севера» компании «Северсталь».

3. VII открытый грантовый конкурс проектов «Музеи Русского Севера»

Проводился с целью содействия устойчивому развитию регионов присутствия компании «Северсталь» и повышению их привлекательности для туризма через поддержку музеев.

В задачи конкурса входили:

- оценка потребностей регионов присутствия компании «Северсталь» с точки зрения развития туристического потенциала;
- выявление и поддержка лучших музейных проектов, способствующих включению музеев в туристическую индустрию;
- стимулирование развития музеев как части туристической индустрии;
- содействие развитию партнерства между музеями и другими заинтересованными институтами для укрепления туристической привлекательности регионов;
- укрепление маркетингового и пиар-потенциала музеев.

Конкурс проводился в четырех номинациях – «Программа», «Маршрут», «Событие», «Музей для туриста» среди музеев из 12 регионов севера России: республик Карелия и Коми, Ненецкого автономного округа, Архангельской, Вологодской, Кировской, Костромской, Ленинградской, Мурманской, Новгородской, Псковской областей, Пермского края.

Общий размер фонда конкурса проектов составил 1 500 000 рублей. Максимальный размер финансирования одного гранта – 500 000 рублей.

Всего на конкурс проектов поступило 49 заявок из 10 северных регионов России, победителями стали четыре проекта из музеев Вологодской области, Кировской области и Республики Коми.

ЭТАПЫ ПРОГРАММЫ

Основные этапы реализации программы в течение 2016 года:

1. Проведение конкурса тревел-грантов.
2. Проведение творческих лабораторий «Музей – турфирма: технологии партнерства» в городах России (Петрозаводск, Вологда).
3. Проведение VII открытого грантового конкурса проектов «Музеи Русского Севера».
4. Реализация проектов-победителей VII открытого грантового конкурса проектов «Музеи Русского Севера» в 2017 году.

СОТРУДНИЧЕСТВО

Реципиенты программы – музеи и галереи – являются не просто одним из 10 секторов культуры, включенных в структуру творческих индустрий, но ядром для становления и развития культурного капитала и креативной экономики (частью креативной экономики выступает и туристская сфера). Региональные власти – министерства и управления культуры, в чьем ведомстве находятся музеи, – осознают их важное значение в формировании региональной идентичности, повышении уровня привлекательности территорий и развитии туризма в регионе.

К сожалению, несмотря на колоссальный потенциал, музеи в большинстве своем выступают в роли «просителя» и пока не осознают себя в качестве динамичного ресурса творческого кластера экономики. Для перехода от роли второго плана к главной – того, кто предлагает свои уникальные решения и бизнесу, и власти, – требуются отношения иного формата: равноправного партнерства. В настоящий момент суть такого рода отношений не до конца понимается всеми тремя сторонами.

Творческие лаборатории «Музей – турфирма: технологии партнерства» проходили при участии и организационной поддержке Министерства культуры Республики Карелия, Министерства развития промышленности и предпринимательства Мурманской области, Комитета по культуре и искусству Мурманской области, Министерства культуры, туризма и архивного дела Республики Коми, Департамента культуры и туризма Вологодской области.

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

Региональные министерства достаточно хорошо информированы о программе «Музеи Русского Севера», разделяют ее цель и задачи. Представители администраций, ответственные за развитие культуры и туризма в четырех приоритетных для компании «Северсталь» регионах (республики Карелия и Коми, Вологодская, Мурманская области), входили в состав Наблюдательного совета VII открытого грантового конкурса музейных проектов, осуществляли консультационную функцию по организации и проведению конкурса, утверждали итоги голосования Экспертного Совета по выбору победителей, мотивировали музеи к участию в мероприятиях программы.

Информационную поддержку программе в 2016 году оказывали Агентство социальной информации, Медиацентр-Вологда, информационное агентство «Комиинформ», портал о культуре Вологодской области «Культинфо», интернет-журнал «Область культуры», информационный портал «Музеи России», Ассоциация музейных работников, информационно-аналитический портал «Промышленность и общество», журнал «Мир музея».

СТРАТЕГИЯ ОЦЕНКИ

Данная (обновленная) структура программы «Музеи Русского Севера»: конкурс тревел-грантов; образовательный блок (лаборатории), конкурс проектов – была публично представлена в 2015 году как результат внешней оценки предыдущих лет работы программы, проведенной Форумом Доноров по заказу компании «Северсталь», что стало своего рода прецедентом в корпоративном благотворительном сообществе. Целью независимого исследования было ответить на вопрос, насколько эффективно программа решает поставленные перед ней задачи, и стать основой для выработки рекомендаций по сохранению и развитию достигнутых результатов.

Анастасия Митюшина

Музей современного искусства «Гараж»

Этот многолетний комплексный проект поддержки сотрудников музеев Республики Карелия, Республики Коми, Вологодской области и Мурманской области дает стимул к развитию музейных программ, разработке новых проектов и формирует здоровую межинституциональную конкуренцию. Все инициативы, реализованные благодаря «Музеям Русского Севера», имеют продолжительный эффект – и нам кажется важным проследить за их судьбой.



II место

Фестиваль уличного искусства «Стенография»

ПАО «Газпром нефть»

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ: повышение качества городской среды в регионах присутствия посредством создания стрит-арт-объектов, учитывающих и отражающих особенности городов – участниц фестиваля, обладающих потенциалом

стать новыми городскими достопримечательностями.

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с 2015 года.

БЮДЖЕТ: 12,5 млн рублей.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: жители регионов присутствия компании.

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

Программа социальных инвестиций «Родные города» «Газпром нефти» направлена на достижение устойчивого развития компании и территорий присутствия и представляет собой рациональную систему ответа на ожидания заинтересованных сторон – государства, акционеров, потребителей, местных сообществ. Главная цель программы – повышение качества жизни регионов присутствия при вовлечении в этот процесс всех заинтересованных сторон, ведь только при их участии возможно достижение не кратковременных, а долгосрочных изменений.

В поисках инновационных форматов социальных проектов с потенциалом вовлечения молодежной аудитории в 2014–2016 гг. компания провела ряд опросов и исследований. Была определена целесообразность инициирования проекта, направленного на благоустройство территорий, борьбу с «серостью», но обладающего высоким креативным потенциалом и потенциалом вовлечения молодежной аудитории.

В 2015 году компания решила оказать поддержку фестивалю уличного искусства «Стенография», который с 2010 года ежегодно проводился в Екатеринбурге. С учетом опыта организаторов в визуальном преобразении города и формировании регионального бренда Екатеринбурга («столица стрит-арта») при поддержке «Газпром нефти» фестиваль впервые вышел за пределы Свердловской области и прошел в пяти городах присутствия компании, получив статус крупнейшего стрит-арт события в России. В 2016 году фестиваль прошел уже в девяти городах – Екатеринбурге, Ноябрьске, Муравленко, Омске, Оренбурге, Ханты-Мансийске, Мысе Каменном, Новом Порту, Санкт-Петербурге.

«Стенография» – крупнейшее стрит-арт событие в России, в рамках которого профессиональные и непрофессиональные художники превращают невзрачные городские постройки в объекты искусства, опираясь на особенности регионов – участников фестиваля.

Тематика фестиваля ежегодно определяется на основе актуальной социальной повестки в регионах, выявленной в результате исследований, общественных слушаний, консультаций и встреч с заинтересованными сторонами.

В 2016 году фестиваль проходил в девяти городах с июня по ноябрь.

Участниками конкурса эскизов стали более 1000 авторов, среди которых также зарубежные (Италия и Бразилия), воплотившие свои замыслы в г. Екатеринбурге.

С целью повышения потенциала работ стать городскими достопримечательностями стрит-арт-объекты отражают историко-культурные особенности городов. Так, в Омске на улице Чокана Валиханова («омский Арбат») появился киргизский богатырь Манас (Чокан Валиханов первым исследовал эпос «Манаса»). В Оренбурге – пуховый платок из «тегов», «укрывающий» будку. В Ханты-Мансийске – герои эпосов Ханты и Манси – медведь и рыба.

Для Санкт-Петербурга была разработана специальная программа, учитывающая богатый культурно-исторический контекст Северной столицы и невозможность рисования красками. На зданиях Русского географического общества и Российской национальной библиотеки появились «Тени Великих» – портреты выдающихся просветителей в сфере литературы и географии, нарисованные светом и тенью. В 2017 году ожидается развитие этой концепции – установка подобных трафаретов на постоянной основе, расширение спектра трафаретов (не только портреты, но и сюжетные линии). Одним из самых популярных среди жителей арт-объектов стал проект «Звездный путь» – отражение звездного неба, воссозданное при помощи 400 светодиодов, которые не просто хаотично рассыпались по глади воды в реке Мойке, но и сложились в созвездия Дракона, Малой и Большой Медведиц.

Городские праздники. Сцелью расширения культурно-досуговой деятельности в регионах, популяризации уличного искусства, вовлечения молодежной аудитории, а также развития навыков местных художников организаторы фестиваля в рамках региональных этапов проводят праздники субкультур, включающие в себя мастер-классы для жителей. Всего посетителями мероприятий «Стенографии» в 2016 году стали более 10 000 жителей. Самым ярким стал праздник «День омича», ставший своего рода подарком городу на его трехсотлетие и собравший более 3 000 посетителей. Для жителей была организована работа интерактивных инсталляций (3D-иллюзии с фотопечатью), аттракционы, мастер-классы.

Для удаленных поселков Ямала Нового Порта и Мыса Каменного фестиваль является одним из немногих событийных мероприятий, поэтому в нем принимают участие практически все школьники поселков (более 200 человек). Кроме того, дети принимают участие и в создании самих работ – эскизы художников для поселков разрабатываются на основе детских рисунков.

«Вид из окна». Отдельным направлением фестиваля стала концепция «Вид из окна», в рамках которой художники преобразовывают невзрачные постройки

под окнами социальных учреждений, которые являются для их посетителей на протяжении долгого времени единственным способом коммуникации с внешним миром.

В 2016 году подобный социальный объект появился во дворе Омской детской больницы № 3 – тепловая подстанция была разрисована по мотивам русских народных сказок и стала украшением «Вида из окна» для детей, временно ограниченных в передвижении из-за серьезных травм.

Под окнами Оренбургской клинической больницы художники фестиваля вместе с юными пациентами разрисовали тепловую подстанцию по мотивам мультфильма «Смешарики».

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ

- Нанесение эскизов на невзрачные городские постройки.
- Выявление и воплощение посредством стрит-арта в городах-участницах идеи, предопределяющей городскую идентичность, объединяющей горожан.
- Поиск и определение самых востребованных и актуальных направлений и форм уличного искусства, воплощение их на территориях фестиваля.
- Консолидация наиболее талантливых художников и представителей стрит-арта в одном общем направлении деятельности.
- Вовлечение в процесс изменений города молодежной аудитории.
- Повышение навыков региональных художников.
- Включение уличного искусства в медиаповестку современного общества.

ЭТАПЫ ПРОГРАММЫ

1. Проведение открытого конкурса эскизов среди художников на заранее заявленную тематику.
2. Нанесение на городские поверхности рисунков победителей.
3. Проведение совместно с активистами общегородского мероприятия и/или инвента, направленного на привлечение внимания жителей к созданным объектам.

СОТРУДНИЧЕСТВО

Определение победителей конкурса эскизов происходит в составе оргкомитета, в который входят представители со стороны организатора, а также представители городской администрации, обладающие экспертизой в области актуальной социальной повестки в регионе, возможности и целесообразности интеграции того или иного стрит-арт-объекта в городской ландшафт (определена проблема, что не все работы с высокой художественной составляющей, присланные на конкурс, могут быть поняты в регионе ввиду региональной специфики восприятия работ или не совпадают с общей стратегией развития города). Сотрудничество с органами местной власти также осуществляется в рамках официального согласования объектов.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВОЛОНТЕРОВ

Вовлечение молодежной аудитории в проект происходит не только посредством проведения мастер-классов, но и волонтерской работы. В каждом регионе анонсируется набор волонтеров, необходимых для поддержки проекта. Ежегодно в фестивале принимают участие более 150 волонтеров, обеспечивающих кураторство над будущими арт-объектами. Волонтером может стать любой желающий, часть из них профессионально связана с творчеством и культурным менеджментом. По оценке организаторов, 20% волонтеров принимают участие в проекте более двух лет подряд, порядка 10% волонтеров занимают профессиональную нишу в сфере дизайна, урбанистики, организации мероприятий.

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

По итогам 2016 года зафиксировано более 550 публикаций в СМИ.

Информационными партнерами фестиваля выступили издания и порталы – «Фонтанка», Public Speech (Омск, велась прямая трансляция рисования), «Собака», «Афиша», «Коммерсантъ», KudaGo, Adme.Ru и ряд региональных изданий.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Результаты 2016 г.:

- 64 работы;
- 66 художников;
- 2 социальных объекта;
- 2 работы за Полярным кругом (единственный фестиваль уличного искусства, работы которого размещены за Полярным кругом);
- 9 городов;
- 5 регионов;
- Более 10 000 участников мероприятий;
- Более 550 публикаций в СМИ.

Качественные показатели:

- Рост визуальной привлекательности городов – участниц фестиваля (по итогам общественных слушаний в регионах присутствия. Количественные измерения запланированы на 2018 г.).
- Развитие легального стрит-арт-движения в городах (в частности, в Омске в продолжение «Стенографии» местные художники, принявшие участие в фестивале, самостоятельно инициируют социальные акции по примеру «Вида из окна»).
- Развитие направления теневого стрит-арта в Санкт-Петербурге. После проведения фестиваля «Стенография» в Санкт-Петербурге в городской среде появились и другие теневые работы художников и креативных агентств, направленные на благоустройство города, в том числе витринных пространств.
- Развитие художников: в рамках фестиваля художники из регионов получают возможность для оттачивания своего мастерства, а часть из них становятся постоянными участниками фестиваля в своих регионах.

ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ

В 2017 году проект будет расширен еще на 1 город – Томск, таким образом, фестиваль пройдет уже в 10 городах. Основной линией фестиваля станет выявление культурной идентичности в городах, которая может лечь в основу регионального брендинга. Работы фестиваля этого года – это попытка художников из разных регионов России прямо или косвенно отразить особенности городов – участниц фестиваля, влияющие на восприятие своего города местными жителями. В городах, историко-культурные особенности которых не позволяют выявить атрибуты идентичности, команда фестиваля попробует их сформировать. Фестиваль 2017 года будет включать в себя как рисование, так и создание комплексных арт-объектов.

Анастасия Митюшина,

Музей современного искусства «Гараж»

Помимо прекрасной организации мероприятия, стоит отметить вовлечение жителей в формирование программы фестиваля. Музей «Гараж» полагает такой подход очень верным и желает «Стенографии» развития не только визуальной составляющей, но и закрепления новых стратегий городского мышления.



III место

Мобильное приложение Samsung «Живые страницы»

Samsung Electronics Russia

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ: повысить интерес читателей к классической русской литературе с использованием широких возможностей современных технологий

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с 2015 года

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: все жители нашей страны, а также ценители русского языка за рубежом; школьники и взрослые

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

«Живые страницы» представляют собой мобильное приложение, которое дает возможность «прожить» классическое произведение по-новому. Это не просто приложение для чтения в привычном понимании, а настоящая литературная энциклопедия, в которой текст дополнен интерактивными возможностями и большим объемом сопроводительной информации из различных областей: история, лингвистика, география. Все это превращает чтение в углубленное изучение эпохи и позволяет полнее раскрыть содержание произведения.

Описание функционала приложения

Приложение «Живые страницы» содержит различные интерактивные возможности, которые позволяют буквально «прожить» любимые произведения – лучше узнать героев, погрузиться в эпоху, на фоне которой разворачиваются события монументальных произведений русской классики. Все иностранные слова в романе сопровождаются удобным моментальным переводом прямо во время чтения произведения. Помимо авторских комментариев и переводов, в тексте есть множество комментариев историков и литературоведов.

В дополнение к электронному тексту раздел «Интерактив» предлагает открыть для себя произведение в контексте истории, географии и лингвистики. Удобно организуя и структурируя информацию по различным принципам, каждый сценарий взаимодействия с текстом позволяет изучить произведение с новой точки зрения.

- Сценарий «Ход времени» дает возможность сопоставить события романа с реальными историческими фактами – хронология событий сюжета и истории наглядно отображена на календаре и снабжена комментариями и цитатами автора. А push-уведомления рассказывают пользователю смартфона, что произошло в романе и в истории страны в соответствующий день календаря.
- Сценарий «Судьбы» позволяет отследить жизненный путь каждого героя и историю его встреч с другими персонажами – важные события жизни выбранного героя отображаются на интерактивной шкале с комментариями и цитатами.
- В сценарии «Герои» – доступны личные карточки для каждого из основных героев с их основными цитатами, нажав на которые можно вернуться в текст про-

изведения, наиболее употребляемыми автором эпитетами (авторский портрет героя в формате «облака тегов»), ссылкой на маршрут героев на карте событий.

- Сценарий «Места» – интерактивная карта мест, в которых разворачивались значимые события произведения. Переход на карту осуществляется прямо из текста произведения. Для каждой точки на карте доступна дополнительная информация: подробное описание места, цитаты из романа, а также указание побывавших там героев. Карта охватывает всю Россию и некоторые европейские города и дает возможность увидеть произведение через призму географии и передвижения героев.

- Раздел «Маршруты» позволяет проследить маршрут выбранного героя на карте событий.

- Сценарий «Игра в слова» – это энциклопедия редких и устаревших слов, а также викторина с нетривиальными вопросами по лексикону, сюжету, истории. Игровая механика делает чтение одновременно увлекательным и максимально познавательным.

Впервые с помощью технологий читателям становятся доступны факты, которые разбросаны по разным источникам: места, события тех дней, которые остаются за страницами романа, переплетение судеб героев. Ранее не заметные грани произведения предстают перед читателем наряду со множеством дополнительной информации.

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ

- Поддержка мероприятий, которые в общегосударственном масштабе направлены на поддержку популяризации чтения.

- Демонстрация собственного видения того, как мобильные технологии позволяют развить интерес к классической литературе и русскому языку.

СТАДИИ РЕАЛИЗАЦИИ

- 2015 год

В 2015 году, в «Год Литературы» в России, проект запущен и представлен широкой аудитории 27 июня на Красной площади в рамках фестиваля «Книжная ярмарка-2015». Разработаны версии приложения для смартфона и планшета.

В 2015 году «Живые страницы» стали частью масштабного международного читательского онлайн-марафона «Война и мир. Читаем роман», который был организован холдингом ВГТРК. С 8 по 11 декабря более 1300 человек по всему миру в прямом эфире прочли великий роман-эпопею Л.Н. Толстого от начала до конца. Компания Samsung стала техническим партнером марафона: некоторые участники проекта читали роман на планшетах Samsung Galaxy Tab S2, предоставленных компанией Samsung. В общей сложности чтение романа заняло 60 часов и прошло в более чем 25 городах России и мира, включая Австрию, Бельгию, Германию, Китай, Сербию, США, Францию, Чехию и Южную Корею. Многие площадки, на которых проводились чтения, тем или иным образом связаны с текстом произведения: это

театры, музеи и значимые исторические здания. Среди участников чтения – потомки Толстого и родственники семьи писателя, проживающие в России, США и Франции. С целью популяризации русской культуры и языка за рубежом отрывки из бессмертного романа прочли на родине компании Samsung Electronics – Южной Кореи.

- 2016 год

В 2016 году проходила активная работа по расширению списка книг, доступных в приложении.

По результатам голосования читателей вторым произведением, доступным в новом формате, стал роман «Преступление и наказание» Ф.М. Достоевского. Впоследствии библиотеку приложения пополнили «Мертвые души» Н.В. Гоголя и «Капитанская дочка» А.С. Пушкина, а также роман И. Ильфа и Е. Петрова «Двенадцать стульев».

СОТРУДНИЧЕСТВО

Реализация проекта на высоком профессиональном уровне стала возможна благодаря опыту экспертов и партнеров, поддерживавших инициативу. Широкую поддержку оказали лингвисты группы Tolstoy Digital и школы лингвистики Национального исследовательского университета «Высшая Школа Экономики». Куратором проекта стала Фёкла Толстая – член семьи Толстых, руководитель группы Tolstoy Digital.

Партнерами проекта «Живые Страницы» выступили: Государственный исторический музей, платформа для создания мультимедийных гидов izi.TRAVEL, а также компания АBBYУ, которая предоставила технологию Compeno для обработки информации.

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

Проект был принят активными читателями и поклонниками литературы и русского языка всех возрастов и с энтузиазмом поддержан представителями академического мира и сферы образования.

В 2015 году «Живые Страницы» удостоены почетной награды «Премия Рунета» в специальной номинации «Мобильный Рунет». В номинации награждаются проекты и организации, внесшие особый вклад в мобилизацию российского сегмента интернета.

В 2016 году «Живые страницы» отмечены наградой III Всероссийского конкурса «Создавая будущее» в рамках Московского Международного Салона Образования. Приложение заняло 1 место в номинации «Русский мир», в которой определялись лучшие проекты по продвижению русского языка и культуры. Также по итогам 2016 года проект «Живые страницы» получил награду в категории «Культура и искусство» в рамках V Юбилейной Ежегодной Программы «Лучшие социальные проекты России».

ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ

Дальнейшая реализация проекта связана с расширением количества новых книг, доступных в библиотеке «Живых страниц», что позволит читателям открыть для себя еще большее число великих произведений русской классики. Тем самым компания Samsung сможет внести свой долгосрочный вклад в популяризацию чтения, а приложение «Живые страницы» продолжит свое развитие, став вневременным «наследием» «Года Литературы» в России.

Анастасия Митюшина

Музей современного искусства «Гараж»

Приложение обыгрывает произведение классической литературы, снабжая читателя дополнительной информацией по истории, географии, критическими замечаниями литературоведов. Такой комплексный подход кажется Музею «Гараж» наиболее правильным при работе с классическими произведениями, поскольку делает картины, книги более понятными и близкими для современного читателя, а значит, усиливает интерес к искусству.



благосфера

Номинация

«Лучшая программа (проект), направленная на продвижение идей благотворительности в обществе»

Партнер номинации: Центр «Благосфера»

Какие проекты рассматриваются: программы, направленные на распространение информации и

практик благотворительности для широкого круга лиц, в том числе проекты, направленные на массовое вовлечение граждан в благотворительность, поддержку образовательной деятельности в сфере благотворительности для широких групп граждан, развитие социальной рекламы и др.

Приоритет: Четкая формулировка цели и задач деятельности, постоянный характер деятельности (предпочтительнее, чем разовые мероприятия), учет особенностей территорий, на которых работает бизнес, привлечение партнеров из НКО и бизнеса, широкое освещение деятельности.

Наталья Каминарская

Директор центра «Благосфера»

То, насколько успешно сложится благотворительная программа и даже конкретная акция любого организатора – будь то компания, НКО или группа частных лиц – напрямую зависит от уровня развития благотворительности в обществе, от того социального контекста, в котором мы приглашаем людей стать волонтерами, пожертвовать свои ресурсы. Поэтому так важен вклад каждого субъекта благотворительной деятельности в «общую копилку» развития культуры благотворительности.

Сегодня компании в рамках своих благотворительных программ сознательно выходят «за проходную», вовлекая в проекты и акции не только своих сотрудников, но и другие аудитории – от ближнего круга родственников и друзей своих коллег до широкого сообщества людей, проживающих на одной территории.

Нам кажется очень важным выделить и поддержать именно такие программы и инициативы компаний, которые предполагают продвижение идей благотворительности, вовлечение в благотворительную деятельность новых аудиторий, которые, возможно, напрямую не связаны с социальной деятельностью самой компании или эффективно сочетают одно с другим. Конечно, хотелось бы увидеть больше проектов, в рамках которых создавалась бы социальная реклама, проводились бы уроки доброты или экологического просвещения, оказывалась поддержка вовлечению более широкого круга партнеров компаний в разного рода социальную активность.

Три победителя этого года как раз представляют такой спектр возможностей, который доступен многим компаниям. Так, многие компании в регионах своего

присутствия проводят грантовые конкурсы, частью которого является обучение проектному менеджменту, но не все догадались включить в него модули, которые могут послушать и школьники. Так сделал Норильский никель и выделил это в отдельный проект. Все крупные компании сегодня вовлекают в благотворительность своих сотрудников. Но далеко не все вспоминают, что при этом отнимают их у семей и друзей. А значит, можно предложить формат, который бы позволил всей семье принять участие в благотворительности, что и сделал JTI. Большинство ритейла собирает уже подарки к Новому году, но не всегда это происходит в партнерстве с некоммерческой организацией и не всегда это помощь детям в детских учреждениях. Обратите внимание на кейс «Дикси»: такой проект может сделать любая сеть.

И таких примеров могло бы быть гораздо больше, поэтому мы очень ждем рассказы компаний о расширении своей благотворительной деятельности в будущем году.



НОРНИКЕЛЬ

I место

«Школа городских компетенций»

ПАО «ГМК «Норильский никель»

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ: формирование у школьников ключевых социальных компетенций в таких областях, как жилищное просвещение, финансовая грамотность, профессиональная ориентация.

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с 2015 года

БЮДЖЕТ: 15 млн рублей

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: педагоги общеобразовательных школ, дети и их родители

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

«Школа городских компетенций» (ШГК) представляет собой комплексную стратегию социализации детей и молодежи, содержательно сфокусированную на формировании у подрастающего поколения городских компетенций, способную удовлетворять запросы семей, местных властей и градообразующих предприятий, находящихся на территории присутствия объектов компании «Норильский никель». ШГК – это партнерский проект компании «Норильский никель» и Комитета гражданских инициатив Фонда Кудрина.

Городские власти промышленных моногородов заинтересованы в том, чтобы школьники и молодежь стали реальным ресурсом развития территорий своего проживания, а не источником проблем, связанных с маргинализацией и криминализацией молодежной среды. А промышленные корпорации заинтересованы не только в закреплении перспективных молодых людей на местах в качестве стратегического кадрового резерва, но и в формировании благоприятного социального окружения.

Помимо специфических проблем и потребностей, в моногородах присутствуют проблемы, общие для всех территорий Российской Федерации: прежде всего, это неграмотность населения в финансовых и юридических вопросах, в управлении собственным жилищем, в вопросах элементарной самоорганизации и самообслуживания на территориально-общественном уровне (в домах, подъездах, дворах, микрорайонах), в вопросах конструктивного взаимодействия с органами муниципальной власти и других. Иными словами, речь идет о несформированности элементарных городских компетенций как у взрослого населения, так и у подрастающего поколения.

Особый интерес в решении проблем социализации населения всех возрастов представляют подходы, когда сами дети, получив базовый курс подготовки по тем или иным жизненно важным навыкам, выступают преподавателями «ликбез»-программ для своих родных и близких.

С организационной точки зрения ШГК представляет собой ежегодно возобновляемый цикл мероприятий по отбору, мотивации и лидерской подготовке волонтеров-старшекласников, отвечающих за реализацию социальных проектов по месту нахождения своих школ.

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ

- Расширение представлений участников о социальной сфере родного города, прежде всего о социальных объектах и программах градообразующих предприятий ГМК «Норникель».
- Изучение сущности социального проектирования и структуры социального проекта, внедрение культуры благотворительности и добровольчества.
- Формирование современного экономического мышления, базовых основ финансовой грамотности, культуры правовых и деловых отношений как основы будущей профессиональной деятельности.
- Стимулирование изучения участниками истории своего края и города, его культурно-исторического наследия.
- Совершенствование образовательных технологий для дальнейшего внедрения полученного опыта в педагогическую практику муниципальных образовательных учреждений.

ЭТАПЫ ПРОГРАММЫ

1. Запускающий методический семинар для педагогов-организаторов школ, родителей и школьных команд.
2. Online «Галерея лучших социальных практик».
3. Общегородской фестиваль детских социальных инициатив «Наш город».
4. «Полевая академия проектного менеджмента» (летние каникулы).
5. Создание Школьных проектных офисов и активная работа в них по реализации разработанных проектов в течение учебного года.
6. Деловая игра «Мегаполис».

Запускающие семинары «Технология социального проектирования «Шаг за шагом», или «Как разработать, защитить и реализовать социальный проект» предназначены для методической подготовки педагогов-организаторов школ к осуществлению проекта, а также для ознакомления родителей и детей с содержанием программ Школы.

После завершения семинаров команды педагогов и школьников разрабатывают социальные проекты, проходят регистрацию в социальных сетях, выкладывают презентации своих проектов. Эксперты проводят экспертизу проектов, организуют удаленное консультирование участников проекта по доработке проектов. Презентация проектов происходит online в «Галерею лучших социальных практик» «Школы городских компетенций».

Фестиваль «Наш город» способствует популяризации социальных инициатив среди школьников, профориентации (экскурсии на промышленные и социальные объекты города), а также помогает выявить наиболее способных к проектной работе юных лидеров посредством деловой игры «Муниципальная стратегия экономического роста», проектно-исследовательского квеста «Мой город – мое будущее», ток-шоу «Сто вопросов взрослому» и соревнования школьных команд в публичной защите идей и стратегий улучшения городской среды.

Участники фестиваля, показавшие лучшие результаты в отборочных испытаниях, получают приглашение в «Полевую академию проектного менеджмента». Во время приключенческого похода по заповедным уголкам России участники не только учатся работать в команде, но и получают необходимую подготовку, чтобы доработать собственные социальные инициативы и создать на базе своих школ современные штабы социальной работы – волонтерские проектные офисы.

Образовательная ценность «Полевой академии проектного менеджмента» заключается в ее многогранности: арсенал проектной компетентности при внимательном рассмотрении может быть разложен на целый спектр метакомпетенций, необходимых человеку для успешной личной жизни и продуктивной работы в избранной профессии. Среди них: умение видеть и анализировать мир как систему; выявлять проблемы и разрабатывать проблемные поля; синтезировать частные замыслы решения проблем в стройные концепции; делать выбор и принимать оптимальные с учетом сложившегося контекста решения; разрабатывать цель и переходить от общей концепции проекта к стратегии его выполнения; создавать команду, мотивировать людей на достижение поставленных целей и управлять ресурсами; выполнять поставленные задачи и правильно оценивать эффективность проделанной работы.

После возвращения домой выпускники «Полевой академии» приступают к созданию на базе своих школ проектных офисов, которые решают социальные проблемы не только самих школьников, но и проживающих поблизости других групп населения. Наличие подобных офисов превращает школы в «Центры развития местных сообществ», а городская проектная сеть, управляемая самими детьми, создает социально защищенную среду для нуждающихся в волонтерской помощи горожан.

В целях повышения мотивации школьных активистов к работе над социальными проектами для наиболее результативных из них предусмотрено право стать участниками большой деловой игры «Мегаполис», которая проводится в ходе очередного летнего лагеря и полностью моделирует работу городской администрации, промышленности, бизнеса и общественного сектора современного моногорода. Выпускники деловой игры «Мегаполис» успешно поступают в вузы, лучше подготовлены к осознанному выбору профессии и легче адаптируются на местных рынках труда.

СОТРУДНИЧЕСТВО

Реализация проекта невозможна без сотрудничества с органами власти, образовательными учреждениями, некоммерческими организациями и СМИ:

- Управление образования администрации городов Норильска и Дудинки Красноярского края, Мончегорска, Заполярного и Никеля Мурманской области – донесение информации до образовательных учреждений, участие в ток-шоу «Сто вопросов взрослому».

- Образовательные учреждения – формирование команд педагогов и школьников, создание проектных офисов, методическая помощь в реализации социальных проектов.

- НКО и социальные предприниматели – реализация совместных социальных проектов, формирование базы данных волонтеров-школьников, привлечение участников ШГК в качестве волонтеров при организации благотворительных акций.

- СМИ – информирование местного сообщества, организация детских пресс-центров на городских мероприятиях.

- Социальные сети (Фейсбук и ВК) – созданы специальные странички «Школы городских компетенций» для информирования и консультирования школьных команд, online презентации в «Галерее лучших социальных практик», распространения информации о социокультурных мероприятиях компании.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВОЛОНТЕРОВ

Участники Школы городских компетенций становятся волонтерами масштабных мероприятий, инициированных компанией «Норильский никель» (Фестиваль детских социальных инициатив «Наш город», Форум социальных технологий «Город – это мы!», Фестиваль научных открытий «ARCTIC WAVE», благотворительных акций и др.).

Так, волонтерами Фестиваля детских социальных инициатив «Наш город» становятся школьники – участники предыдущего цикла реализации проекта. Все зависит от количества команд – участниц фестиваля, обычно два волонтера на одну команду. Все волонтеры получили благодарственные письма от Оргкомитета фестиваля «Наш город». А педагоги, принявшие активное участие в семинаре и продолжающие сопровождать проектные команды, получают Удостоверение о повышении квалификации Академии повышения квалификации и профессиональной переподготовки работников образования по теме «Организационно-педагогические основы самоуправления обучающихся в общеобразовательных учреждениях».

В Форуме социальных технологий «Город – это мы!» и Фестивале научных открытий «ARCTIC WAVE» ежегодно принимают участие 100 волонтеров (Норильск и Мончегорск/Заполярный). Все ребята награждаются благодарственными письмами и памятными подарками.

В благотворительных акциях, инициированных органами власти и НКО, участие принимают 10–15 школьников. Таких акций в год проводится от трех до пяти.

В будущем планируется проведение отдельной тематической смены «Мегаполис» именно для волонтеров.

РЕЗУЛЬТАТЫ

В настоящее время оценка проекта осуществляется посредством внутреннего мониторинга сотрудниками Управления благотворительных программ ПАО «ГМК «Норильский никель» и Комитетом гражданских инициатив Фонда Кудрина, а также на основании отзывов руководителей и педагогов-организаторов образовательных учреждений и школьников. В 2017 году планируется масштабная оценка Благотворительной программы «Мир новых возможностей», одним из компонентов которой является «Школа городских компетенций».

В настоящее время проводимый мониторинг позволяет оценить социальный эффект от реализации проекта «Школа городских компетенций»:

- более 50 образовательных учреждений являются участниками проекта;
- не менее 100 педагогов-организаторов и более 500 учащихся 8–10 классов ежегодно становятся участниками проекта: в запускающих учебно-методических семинарах принимают участие около 250 педагогов и школьников, в фестивалях более 400, в «Полевой академии» и «Мегаполисе» по 50 детей и 5 педагогов-организаторов;
- ребята научились разбираться в устройстве муниципалитета, городских хозяйств, общественного сектора, выделять социальные проблемы региона;
- участники ШГК становятся разработчиками социальных проектов, которые подают в специальную номинацию «NEW ПОЛЮС» Конкурса социальных проектов благотворительной программы «Мир новых возможностей», победители получают финансирование в размере 100 тыс. рублей. В 2016 году в «Полевой академии проектного менеджмента» в июле было разработано восемь социальных проектов, а в сентябре на Конкурс поступило уже 13 проектов, 10 из них получили гранты на реализацию проектов в 2016–2017 гг.;
- сформирована база волонтеров-школьников, не менее 200 ребят принимают участие в мероприятиях городского масштаба.

ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ

Проект «Школа городских компетенций» завоевал признание не только в регионах присутствия компании «Норильский никель». В 2016 году во Всероссийском конкурсе лучших практик работодателей по развитию человеческого капитала «СОЗДАВАЯ БУДУЩЕЕ» проект «Школа городских компетенций» завоевал III место в номинации «Ответственный лидер».

Таким образом, «Школа городских компетенций» является проверенной системой социализации школьников моногорода, способной формировать новое качество позитивных отношений между горожанами, городскими властями и промышленными предприятиями. Компания «Норильский никель» и Комитет гражданских инициатив Фонда Кудрина продолжают реализацию проекта, модернизируя и насыщая новыми компонентами на основании предложений участников «Школы городских компетенций».

Наталья Каминарская

Центр «Благосфера»

Сложно представить себе социально активное общество будущего, если его не начать готовить уже сегодня. Это то, что делает компания через обучение школьников проектному менеджменту и социальной деятельности. Проект очень масштабный, включает в себя много участников – от тренеров до директоров школ, от НКО до руководителей различных социальных учреждений. Его задача не просто познакомить с возможностью повлиять на окружающую действительность, но и попробовать такие изменения спланировать и осуществить в реальном времени. И очень здорово, что готовят и проводят эти изменения школьники.



II место

Программа по развитию благотворительности
и волонтерства Job That Inspires

JTІ

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ: внести вклад в развитие общества, укрепить культуру благотворительности в компании, предлагая сотрудникам различные формы участия: от индивидуальных пожертвований и волонтерства до сдачи донорской крови в офисе, а также, пропагандируя активную жизненную позицию, максимально вовлечь сотрудников, их семьи и друзей в социальные инициативы.

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с 2013 года

БЮДЖЕТ: 3,5 млн рублей

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: общество в целом. Поскольку социальные проекты JTІ направлены на поддержку пожилых людей и людей с инвалидностью, а также на защиту окружающей среды, то и при реализации волонтерских инициатив компания рекомендует своим сотрудникам поддерживать пожилых, инвалидов и экологические организации

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

Программа Job That Inspires стала частью программы HR «Введение в компанию» для новых сотрудников JTІ, а также программы JUMP – годовой стажировки в компании для студентов ведущих московских вузов старше 3 курса.

Для максимального вовлечения сотрудников в свои благотворительные программы JTІ старается предоставить им для этого различные возможности и внимательно прислушивается к их мнению и пожеланиям.

В 2016 году компания на конкурсной основе выделила по 20 000 рублей на лучшие волонтерские акции, которые получили одобрение отдела Корпоративных вопросов и коммуникаций и соответствовали всем внутренним политикам и процедурам. Сотрудникам необходимо было самостоятельно связаться с благополучателем, определить фронт работ, прописать бюджет и выслать заявку на конкурс в Отдел корпоративных вопросов. В результате 74 волонтерские команды из 66 городов получили по 20 000 рублей на воплощение волонтерских инициатив. Многие волонтеры тратили свои личные средства, которые потом им компенсировались через авансовый отчет.

В рамках «Дня Добрых Дел» сотрудники в Москве, Санкт-Петербурге и Ельце ежегодно участвуют в благотворительных забегах, организованных компанией. В рамках забегов JTІ жертвует 3 000 рублей (в Москве) и 1 000 рублей (в Санкт-Петербурге и Ельце) за каждого взрослого участника забегов и 500 рублей за каждого участника детских забегов. Сотрудники, которые по каким-либо причинам не могут участвовать в забегах, имеют возможность сделать пожертвование

во время мероприятия, которое компания удваивает. В Санкт-Петербурге и Ельце группы инициативных сотрудников посещают НКО – благополучателей, чтобы познакомиться с их жизнью и работой.

ЛТІ ставит своей целью инкорпорировать благотворительность в каждое крупное корпоративное мероприятие для сотрудников. В октябре 2016 г. в Сочи состоялась национальная конференция ЛТІ по маркетингу и продажам «Совершенствуя лучшее», в которой приняли участие 1 600 сотрудников ЛТІ со всей России. Мероприятие подобного уровня и масштаба прошло впервые за последние 13 лет.

Для тех, кто хотел бы внести свой вклад в поддержку общества с помощью пожертвований, в начале 2016 года ЛТІ запустила проект индивидуальных пожертвований сотрудников в партнерстве с Благотворительным фондом «Дорога вместе». На специальной закрытой странице фонда, на которую можно попасть с сайта ЛТІ, сотрудники могут с помощью банковской карты сделать добровольное пожертвование на любую сумму.

В рамках новой всероссийской инициативы «Щедрый вторник» с помощью этой платформы для добровольных пожертвований сотрудники компании за один день собрали 51,5 тыс. рублей, которые компания в этот раз утроила. На собранные средства были закуплены 133 теплых пледа для пожилых людей, проживающих в Тарусском доме-интернате.

Некоторые сотрудники, столкнувшись с болезнью близких и друзей, почувствовали на себе, насколько остро иногда стоит вопрос с донорской кровью. В отдел Корпоративных вопросов поступали просьбы организовать сдачу донорской крови в офисе компании. Так, в начале 2016 года в офисе появилась еще одна инициатива – День донора.

В 2013 году ЛТІ взяла шефство над Домом-интернатом для пожилых людей и инвалидов в селе Ромашково Одинцовского района МО. С тех пор каждый год компания переводила в Фонд «Дорога вместе» пожертвования для того, чтобы жизнь и быт одиноких пожилых людей в этом доме стал комфортнее и уютнее.

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ

- Удовлетворить растущее желание сотрудников внести свой вклад в поддержку общества, а также дать им дополнительную возможность для самореализации и приобретения новых навыков и умений;
- Повысить информированность сотрудников о социальных проектах, реализуемых компанией;
- Продвигать идею благотворительности в обществе, в том числе и через участие в программе не только сотрудников, но и их семей, друзей и партнеров по бизнесу;
- Поддержать корпоративную систему ценностей;
- Повысить эффективность социальных проектов, поддерживаемых ЛТІ;
- Улучшить климат в компании, укрепить корпоративную солидарность;

- Предложить сотрудникам новые возможности для использования их потенциала, повысить их лояльность компании;
- Поддержать небольшие НКО в регионах, которым компания не может помочь финансово в силу действующих политик;
- Использовать участие в программе как альтернативу тренингам и тимбилдингу;
- Привлекать, вдохновлять и удерживать сотрудников, предоставляя им возможности для самореализации и мотивируя их через участие в проектах поддержки общества.

ЭТАПЫ ПРОГРАММЫ

Программа Job That Inspires стартовала в 2013 году и она стала ежегодной. В тот год компания впервые организовала для сотрудников благотворительный забег в поддержку проекта собак-поводырей для незрячих людей, который к тому моменту поддерживала финансово уже два года, выделяя ежегодное пожертвование на приобретение и тренировку 15 собак-поводырей. Кроме того, в тот год было взято шефство на домом-интернате для пожилых в с. Ромашково, куда сотрудники выезжали на волонтерские акции.

В 2014 году компания ввела информационные встречи для сотрудников, на которых представители НКО – партнеров JTИ рассказывали о проектах, своей работе и развитии благотворительности в России.

В 2015 году в компании появилась новая инициатива – «День Добрых Дел», вовлекающая в благотворительные проекты сотрудников JTИ в регионах, а коллеги двух фабрик в Санкт-Петербурге подхватили инициативу с благотворительным забегом и провели его впервые у себя в городе, собрав средства на поддержку фабрики «Тибож», где трудятся люди с инвалидностью. В конце 2015 года JTИ также инициировала проект индивидуальных пожертвований онлайн для сотрудников, которые удваивала.

В 2016 году к инициативе «День Добрых Дел» присоединились 1 800 сотрудников, их семей и друзей из 69 городов, а также сотрудники компании «Мегаполис» – бизнес-партнера JTИ. В офисе компании был организован День донора, который проводится четыре раза в год. В 2016 г. в рамках национальной конференции JTИ по маркетингу и продажам на трассе Formula-1 состоялся благотворительный забег Job That Inspires в поддержку проекта Общественной организации инвалидов «Перспектива». 1 млн рублей был перечислен РООИ «Перспектива».

На протяжении всего этого периода через средства внутренних коммуникаций компания увеличивала количество новостей и публикаций, посвященных теме благотворительности и волонтерства, вовлекая сотрудников с помощью опросов, голосований и предложения собственных идей, а также инкорпорируя благотворительность в большинство корпоративных мероприятий для сотрудников.

СОТРУДНИЧЕСТВО

В некоторых регионах сотрудники самостоятельно связываются с администрацией города, чтобы получить рекомендации по поводу потенциальных благополучателей либо экологических проектов. Зачастую администрация становится связующим звеном между волонтерами компании и благополучателями, например, домами-интернатами для пожилых и инвалидов, организациями инвалидов, благотворительными фондами.

С 2014 года ЖТІ на ежегодной основе совместно с Charities Aid Foundation реализует проект конкурса грантов среди НКО по всей России. НКО – победители конкурса, которые получают финансирование на реализацию своих благотворительных проектов от компании, охотно взаимодействуют с сотрудниками ЖТІ в регионах, предоставляя им возможности внести свой вклад в реализацию проектов в качестве волонтеров. Это дает возможность сотрудникам, членам их семей и друзьям ближе познакомиться с работой некоммерческих организации, узнать о социальных проблемах, существующих в их городе и регионе, и, конечно, внести свой вклад в их решение. Многие сотрудники впоследствии продолжают сотрудничать с НКО и помогать в меру своих сил и возможностей.

На протяжении всего времени реализации программы ЖТІ организует встречи сотрудников с представителями партнерских НКО, которые выступают на различные темы: как правильно заниматься благотворительностью, развенчивают мифы и стереотипы о благотворительности, дают рекомендации, как не попасть в руки мошенников и как правильно вести себя в социальных учреждениях. Перед сотрудниками неоднократно выступали представители фонда «Дорога вместе», «София», Кинологического центра «Собаки – помощники инвалидов», а также такие публичные фигуры из сферы культуры и искусства, как Кирилл Серебренников и Ольга Свиблова.

В 2016 году в рамках программы «День Добрых Дел» в пяти городах к сотрудникам ЖТІ присоединились сотрудники компании «Мегаполис» – крупнейшего партнера ЖТІ по дистрибуции.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВОЛОНТЕРОВ

Основные участники программы Job That Inspires – это сотрудники компании: центрального офиса и офиса продаж в Москве, двух фабрик ЖТІ в Санкт-Петербурге и одной в Ельце и региональных офисов продаж по всей России, а также члены их семей, друзья и партнеры по бизнесу.

Руководство компании поощряет участие сотрудников в социальных инициативах и выражает благодарность волонтерам на различных собраниях, мероприятиях и в средствах внутренних коммуникаций. Во внутренней сети компании есть блоги, посвященные теме волонтерства, где сотрудники пишут о своих инициативах, делятся опытом и впечатлениями, обсуждают различные темы.

Волонтерское движение в российском офисе ЖТІ зародилось в 2013 году в рамках программы Job That Inspires, и каждый год благодаря информационной и

просветительской кампании, а также организации различных опций для сотрудников: сделать онлайн пожертвование в офисе компании и увидеть отчет о его целевом использовании, принять участие в волонтерской акции, организованной в компании, сдать кровь в офисе, принять участие в ежегодном благотворительном забеге в поддержку людей с инвалидностью и других – количество волонтеров в компании ощутимо растет.

Количество волонтеров в динамике:

2013 г. – 210 чел.;

2014 г. – 374 чел.;

2015 г. – около 1100 чел.;

2016 г. – около 2000 чел.

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

На внутреннем портале компании появились два сообщества, посвященных теме благотворительности и волонтерства: «Клуб волонтеров JT» и «Job That Inspires». В этих сообществах сотрудники делятся своими мыслями и впечатлениями от акций и проектов, выбирают имена для корпоративных собак-поводырей, средства на которых были собраны на благотворительных забегах, голосуют за понравившийся им проект из трех, которые не стали победителями, но были отобраны в short-list экспертным жюри в рамках программы конкурса грантов с Charities Aid Foundation, и предлагают свои инициативы.

Согласно внутренним опросам, сотрудники хотят знать больше о благотворительности, им это интересно. Они хотят знать не только о том, кому помогли и что сделали, но и о проблемах, существующих в обществе, и деятельности НКО. Активное освещение этой темы с помощью корпоративных ресурсов способствует тому, что благотворительность как социальное явление укореняется в жизни компании, становится ее частью, позволяя понять, почему заниматься благотворительной деятельностью доступно, почетно и приятно. В 2016 году вышел специальный печатный номер корпоративного журнала Inside, который был полностью посвящен благотворительным инициативам JT в России, включая проекты в рамках программы Job That Inspires. В него также вошли интервью представителей НКО – ключевых партнеров JT по реализации социальных проектов, в которых они рассказали о своей работе, развеяли мифы и слухи о благотворительности и поделились советами, как правильно заниматься благотворительностью.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Программа Job That Inspires за четыре года своего существования приобрела всероссийский охват, дав возможность внести свой вклад в развитие общества не только сотрудникам JT, но и их семьям, друзьям и партнерам из компании «Мегаполис». Количество волонтеров выросло с 210 человек в 2013 году до практически 2000 человек в 2016 году. Количество инициатив с 2013 года также выросло в несколько раз, а количество городов участников – с 1 до 69.

В 2016 году совместными усилиями компании и сотрудников на благотворительные проекты было собрано более 1,7 млн рублей, которые были направлены на проекты поддержки пожилых людей и людей с инвалидностью.

Все акции организованы таким образом, что в них, кроме сотрудников, могут участвовать их семьи, дети, друзья и партнеры по бизнесу.

СТРАТЕГИЯ ОЦЕНКИ

Проект оценивается, в первую очередь, по количеству человек, которые ежегодно участвуют в инициативах, предлагаемых компанией в рамках программы Job That Inspires, по растущей сумме пожертвований сотрудников и по их отзывам, которые мы можем мониторить в сообществах во внутренней сети. Компания также старается получать обратную связь от благополучателей и корректировать свои программы для сотрудников соответствующим образом.

ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ

В 2017 году в рамках программы Job That Inspires планируется согласовать с руководством JTI введение Политики по корпоративному волонтерству, в рамках которой сотрудники смогут тратить определенное количество часов рабочего времени в квартал на участие в волонтерских инициативах. Это время будет полностью оплачено компанией.

Планируется также предложить сотрудникам еще больше возможностей творить добрые дела в соответствии с их возможностями и пожеланиями, например, установить боксы для сбора одежды в хорошем состоянии.

Задачей на 2017 год также является развитие волонтерства pro bono, для чего уже собраны заявки на такого рода помощь от целого ряда партнерских некоммерческих организаций, ведется их анализ и поиск соответствующих ресурсов внутри компании.

Наталья Каминарская

Центр «Благосфера»

Представленный проект интересен тем, что вся работа по развитию корпоративного волонтерства вынесена отдельно, под специальный бренд, но не замыкается только на сотрудниках компании. Работа построена с учетом интересов не только сотрудников, но и членов их семей – как в плане выбора объектов поддержки, так и методов. Можно и лично поучаствовать в субботнике или забеге, и внести денежное пожертвование, а можно и пожертвовать вещи. Для стимулирования вовлечения членов семьи и друзей используются самые разные методы. Например, за участие ребенка в забеге компания жертвовала 500 рублей. И вопрос здесь не в собранной сумме, а в том, что члены семей сотрудников узнавали о существовании некоммерческих организаций и становились причастны к их поддержке.



III место

Проект «ПРОДУКТЫ В ПОМОЩЬ» в рамках благотворительной программы «Неравнодушные соседи»

ГК «ДИКСИ»

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ: возрождение и развитие культуры продовольственной помощи.

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с 2016 года.

БЮДЖЕТ: 450 тыс. рублей.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: пожилые люди и семьи, оказавшиеся в сложной жизненной ситуации (малоимущие, многодетные, семьи с детьми-инвалидами).

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

«Продукты в помощь» – это сбор продуктов питания и товаров ежедневного спроса от покупателей в магазинах сети (в качестве пожертвований) для дальнейшего распределения и передачи нуждающимся семьям. Проект реализуется совместно с благотворительным фондом «Фонд продовольствия «Русь» – первым в России банком еды, формирует из собранных товаров наборы, распределяет и передает продукты социально незащищенным категориям населения во всех регионах Российской Федерации.

Благотворительный проект «Продукты в помощь» поддерживает ключевую идею компании – добрососедство. Собранные во время акции продукты распределяются получателям, проживающим в регионе расположения магазинов. Таким образом, покупатели имеют возможность помочь тем, кто живет рядом с ними и нуждается в поддержке. Верификация благополучателей проводится фондом продовольствия «Русь».

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ:

- Помочь «здесь и сейчас», обеспечить тех, кто попал в сложную жизненную ситуацию, самым необходимым – продуктами питания.
- Повысить качество жизни социально незащищенных слоев населения.
- Повысить уровень осведомленности о возможностях помощи нуждающимся в конкретном регионе и городе.
- Укрепить лояльность среди покупателей и сотрудников к бренду компании «ДИКСИ» путем привлечения их к участию в простой и понятной акции.

ЭТАПЫ ПРОГРАММЫ

1. Разработка материалов для акции, выбор наиболее понятных и простых для покупателя инструментов акции, вызывающих доверие.
2. Обучение и инструктаж корпоративных волонтеров для участия в акции.
3. Непосредственное проведение акции в магазинах «ДИКСИ» и «Виктория».

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВОЛОНТЕРОВ

Старт программы был приурочен к «Щедрому вторнику» – Всемирному дню благотворительности, который впервые стартовал в России в ноябре 2016 года. С этого момента акции «Продукты в помощь» проходят регулярно на ежемесячной основе.

Сбор продуктов в магазинах осуществляется силами волонтеров из числа сотрудников «ДИКСИ», а распределение собранного продовольствия – специалистами фонда «Русь». Участие в первой акции проекта в ноябре 2016 года подтолкнуло сотрудников к созданию корпоративного клуба волонтеров «Копилка добра», количество участников которого сегодня превышает 50 человек.

После участия в акции волонтеры ГК «ДИКСИ» награждаются дипломами и корпоративными толстовками, становятся членами корпоративного клуба волонтеров, участвуют в ежемесячных встречах клуба с представителями некоммерческого сектора.

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

Проведение каждой акции «Продукты в помощь» анонсируется на официальных сайтах «ДИКСИ» и фонда продовольствия «Русь», а также в социальных сетях.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Только за первые два месяца акции, проведенной в 2016 году (ноябрь-декабрь), в магазинах Москвы и Московской области было собрано (пожертвовано покупателями и передано нуждающимся) более 7 тонн продуктов и непродовольственных товаров (что в денежном эквиваленте составило около 800 000 рублей), почти 1000 наборов были переданы в 769 семей. Проект «Продукты в помощь» проводится ежемесячно.

СТРАТЕГИЯ ОЦЕНКИ

Эффективность проекта определяется несколькими критериями: в первую очередь, это количество собранных продуктов и семей, которым удалось помочь. Также одним из измеряемых критериев является количество вовлеченных корпоративных волонтеров и увеличение осведомленности о деятельности фонда продовольствия «Русь».

ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ

В перспективе планируется увеличивать количество магазинов, одновременно участвующих в акции, и расширять регионы проведения акции. Ожидается, что по итогам программы в 2017 году будет собрано более 40 тонн продуктов питания.

Наталья Каминарская

Центр «Благосфера»

Совместная программа ГК «ДИКСИ» и Фонда продовольствия «Русь» дает простую возможность поучаствовать в благотворительности тем, кто приходит в магазин за продуктами. Каждая из сторон в этом партнерстве делает то, что умеет: магазин готовит промопродукцию и место для сбора продуктов, фонд – отбирает благополучателей и передает им продукты. За таким простым проектом стоит немало работы: надо и волонтеров подготовить, объяснить, для кого и почему собираются продукты, и благополучателей отобрать, и вывезти и распределить собранные подарки, и отчитаться, что все получилось. Главный результат акции – посетители магазинов узнают, что есть фонды, которые помогают не только больным людям, но и бедным семьям, и даже несостоятельные горожане могут стать благотворителями.



2017
Год экологии
в России

Номинация

«Лучшая программа (проект) в сфере экологии»

Какие проекты рассматриваются: благотворительные программы (проекты) компаний с артикулированной экологической составляющей, направленные на общество в целом и не являющиеся

технологически и производственно необходимыми.

Приоритет: системная работа по направлению, регулярность, привлечение экспертов и партнеров, в том числе НКО, измеримые показатели и результаты.

Ирина Вдовенко

Руководитель программы Форума Доноров

Глобальная трансформация общества стран мира под влиянием цифровизации, роботизации, доминирования третичного сектора и других факторов с неизбежностью выводят на первый план этические вопросы как самой трансформации, так и жизни в новом постиндустриальном обществе.

При выработке норм поведения будущего особое место по праву принадлежит планетарной экоответственности, которая в настоящее время, собственно, и формулируется. Это включает в себя аспекты нового экологического мышления, ответственного отношения к окружающей среде, энергоэффективности и безопасности жизнедеятельности, «зеленых» технологий, прежде всего Зеленой химии и энергетики, экологической благотворительности и т.д.

Лидером во многих направлениях, нацеленным на поиск новых идей, внедрение технологий, создание вокруг себя благоприятной эко- (а значит, и социальной) среды и в целом задающим «поведенческий тон» как в мире, так и в России, становится именно бизнес. Очевидно, что это продиктовано, с одной стороны, репутационными аспектами ведения экологически ответственного бизнеса (во всех возможных проявлениях, от общественного признания до международного позиционирования), а с другой – рисками, связанными с быстро меняющимся государственным регулированием природоохранной деятельности и оправданным стремлением компаний их минимизировать.

Стоит отметить, что сама тема экологической благотворительности компаний в конкурсе «Лидеры корпоративной благотворительности» отнюдь не нова: в течение многих лет его проведения организаторы фиксировали такие экопроекты, особенно актуальные для добывающих и перерабатывающих компаний и производств. При этом они часто рассматривались и завоевывали признание в смежных и довольно узких с точки зрения постановки вопроса областях: чаще всего в сфере образования и просвещения и развития эковолонтерства.

Все это было особенно важно в уходящем году, который объявлен в Российской Федерации Годом экологии. А в совокупности эти факторы подтолкнули организаторов объявить специальную номинацию этого года «Лучший проект в сфере экологии». При этом ключевым акцентом номинации была выбрана не просто артикулированная экологическая составляющая благотворительных проектов компаний, а их бесспорная направленность на общество в целом, причем как с точки зрения получателя блага, так и с позиции взятия на себя ответственности за будущее планеты.

Под этим углом зрения собранным Экспертным советом из числа представителей науки и образования, бизнеса и профессиональной экожурналистики было рассмотрено семь проектов и программ, поданных на конкурс в этой номинации.

При всей проработанности и важности каждого из проектов соответствующими условиям номинации жюри признало четыре. Остальные проекты носят в большей степени технологическую направленность и являются, по мнению экспертов, производственно необходимыми. При определении победителей члены жюри руководствовались также такими показателями программ, как системность и регулярность, измеримость поставленных показателей и достигнутых результатов в текущем году, привлечением экспертов и партнеров, в том числе некоммерческих организаций.

Победителями признаны три абсолютно разных проекта, которые иллюстрируют довольно широкий спектр возможностей реализации экоответственности бизнеса, в том числе и глобальной.



I место

Проект ФосАгро/ЮНЕСКО/ИУРАС «Зеленая химия для жизни»
ПАО «ФосАгро»

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ: поддержка молодых талантливых ученых, занимающихся исследованиями в области «зеленой химии» с целью защиты окружа-

ющей среды и здоровья людей, внедрения энергоэффективных и экологически безопасных технологий на базе инновационных решений

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с 2013 года

БЮДЖЕТ: 17 200 000 рублей

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: молодые ученые, работающие в области химических наук; промышленные предприятия, внедряющие новые технологии в области переработки отходов производств и жизнедеятельности человека

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

ПАО «ФосАгро» наравне с другими компаниями сферы добычи и переработки полезных ископаемых постоянно снижает ресурсо- и энергоемкость производств, использует вторичные ресурсы и увеличивает глубину переработки минерального сырья, в результате чего контролируемые параметры воздействия на окружающую среду предприятиями «ФосАгро» снизились до значений, заложенных в российских и европейских справочниках наилучших доступных технологий.

Одновременно компания озадачена поиском новых технологий по повышению экологичности своих производственных циклов и минимизации отходов производства и жизнедеятельности человечества в целом. А значит, и поиском инновационных разработок и идей, которые могут предложить современные молодые ученые для внедрения в практику промышленных предприятий.

Генеральная Ассамблея ООН провозгласила 2011 год Международным годом химии и назначила Организацию Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) в сотрудничестве с Международным союзом теоретической и прикладной химии (ИУРАС/ИЮПАК) его ведущим учреждением и координатором.

В январе 2011 года компания «ФосАгро» на открытии Международного года химии в штаб-квартире ЮНЕСКО выступила с инициативой заключить соглашение о партнерстве в области «зеленой химии», целью которого станет повышение возможностей мирового сообщества по ее использованию для решения актуальных проблем обеспечения глобального устойчивого развития.

В течение двух лет проводились переговоры, разрабатывались и оформлялись документы в соответствии со стандартами международных организаций, а в марте 2013 года между «ФосАгро», ЮНЕСКО и ИЮПАК было подписано соглашение о запуске проекта «Зеленая химия для жизни».

Впервые за многолетнюю историю ЮНЕСКО и всей системы ООН инициатива такого рода реализуется на внебюджетной основе за счет средств российского бизнеса. Сам проект стал своеобразной инвестицией в будущее планеты и успешным примером объединения усилий науки и промышленности для формирования новых знаний, направленных на снижение воздействия на окружающую среду. Проект также призван способствовать повышению престижа химической науки и, как следствие, появлению нового поколения молодых талантливых ученых в этой области знаний.

В рамках проекта финансовую поддержку (гранты до 30 000 долларов) получают перспективные молодые ученые со всего мира (до 35 лет включительно), проводящие исследования в области разработки и применения передовых технологий современной химии для решения проблем охраны окружающей среды и здравоохранения, продовольствия и использования природных ресурсов.

Оценку и отбор проектов проводит Международное научное жюри (экспертная комиссия), которое возглавляет Директор сектора по определению научной политики и наращиванию потенциала в сфере науки и технологий ЮНЕСКО. В состав комиссии также входят специалисты ЮНЕСКО и ИЮПАК, крупные ученые и специалисты компании «ФосАгро». Международное жюри оценивает каждый проект с точки зрения новизны и уникальности предложенной разработки, тематики конкурса, возможности прикладного использования.

В результате получения гранта молодые ученые получают возможность:

- собрать рабочий коллектив из университетов по смежным специальностям;
- опубликовать работы в различных изданиях;
- провести PR-кампанию своей концепции;
- довести разработанную концепцию до практического использования.

ЗАДАЧИ ПРОЕКТА:

- стимулировать молодых ученых со всего мира на разработку проектов по переработке отходов производств, жизнедеятельности человека и других сфер;
- получить новые технологии для применения в России.

ЭТАПЫ ПРОЕКТА:

2010–2013 гг. – проведение переговоров, оформление документов, договоров, создание международного жюри;

2013–2015 гг. – объявление конкурса, информационная компания в СМИ, проведение очных встреч и мероприятий со стейкхолдерами, сбор и оценка заявок;

2015–2016 г. – обновление и согласование условий, добавление дополнительной номинации по использованию фосфогипса.

СОТРУДНИЧЕСТВО

ЮНЕСКО определяет стандарты проекта, формирует международное жюри, предоставляет площадку для работы жюри, площадку для мероприятий по проекту.

ИЮПАК принимает участие в составе жюри, осуществляет информирование о проекте, рекламу среди международного научного сообщества, предоставляет площадку для мероприятий по проекту.

Министерство иностранных дел РФ и Комиссия РФ по делам ЮНЕСКО согласовывает необходимые документы, содействует в визовой поддержке, специалисты принимают участие в мероприятиях министерства и комиссии, содействует в приглашении на мероприятия руководителей из структур ООН.

При подготовке и во время мероприятий в качестве волонтеров привлекаются сотрудники «ФосАгро», аппарата ЮНЕСКО и ИЮПАК.

РЕЗУЛЬТАТЫ

География победителей весьма многообразна: заявки на участие в проекте подают ученые из разных стран мира. В 2016 году международное научное жюри из пришедших со всего мира заявок на соискание грантов ФосАгро/ЮНЕСКО/IUPAC отобрало лучшие проекты молодых ученых:

1. *«Инновационные методы преобразования городских и промышленных отходов в ценные материалы»*. Проект направлен на получение высокоценных продуктов пиролиза городских и агропромышленных целлюлозных отходов (Аргентина).

2. *«Исследование методов активации натуральных красителей для окрашивания натуральных тканей («зеленое» окрашивание)»*. Два источника красящих растений, таких как кора Арджун (*Terminalia arjuna*) и кокосовая кора (*Cocos nucifera*), выбраны для их исследования в качестве естественного красителя для окрашивания шерсти и шелковой ткани под воздействием ультразвукового и микроволнового излучения (Пакистан).

3. *«Изучение методов получения гибридных металло-углеродных наноматериалов, полученных из шлама горнодобывающей промышленности»*. В результате очищенные и экологически безопасные сточные воды могут быть получены как часть процесса производства железной руды (Босния и Герцеговина).

4. *«Разработка органических удобрений для устойчивого сельского хозяйства в Тунисе»*. Основные преимущества этого биологического подхода заключаются в его безопасности, узконаправленном действии, адаптируемости к различным культурам (Тунис).

5. *«От отходов к устойчивости: применение фосфогипса как гетерогенного катализатора и полезного материала»*. Данный проект предлагает использовать фосфогипс и материалы на его основе как гетерогенный катализатор и в промышленности силикатов (Испания).

6. *«Исследование использования гетерогенных биокатализаторов в непрерывном реакторе (превращение спиртов в хиральные амины)»*. Биокатализ обеспечивает перспективную зеленую альтернативу металлорганическим катализаторам (Бельгия).

7. *«Многокомпонентные кристаллы и комплексы переходных металлов активных фармацевтических ингредиентов: синтез, структурное выявление и применение».* Этот исследовательский проект направлен на решение проблемы повышения противомикробной устойчивости к существующим лекарственным средствам, что приведет к уменьшению количества препаратов, введенных на рынок (Нигерия).

Проект «Зеленая химия для жизни» призван объединить усилия науки и промышленности в создании основы для решения глобальных задач, стоящих перед человечеством, в том числе проблемы обеспечения продовольственной безопасности. Лауреаты грантов занимаются, например, исследованием минимизации воздействия пестицидов на растения, овощи и фрукты и обеспечения безопасного и эффективного применения средств химизации, что, в свою очередь, позволит обеспечить большую безопасность фермеров и рабочих. Приоритетными направлениями исследований молодых ученых являются новые технологии очистки сточных вод и технологии синтеза лекарств «зеленым» способом, в том числе синтезом нанодобровений.

Победители не только предложили новые научные идеи в области защиты окружающей среды, но и с помощью гранта уже приступили к их реализации. Лауреат из Франции нацелен на поиск нового способа производства важных химических веществ и строительных блоков из отходов. Теоретические расчеты и хорошо продуманные эксперименты позволили ему разработать новый катализатор, доказав работоспособность концепции.

Лауреату из Перу удалось увеличить добычу серебра из концентрата с 50 до 70% и снизить расход цианида (токсического агента) наполовину в рамках своего проекта, направленного на поиск эффективного способа добычи полезных ископаемых с высокой производительностью и меньшим расходом химических веществ.

Лауреат из Италии использовал грант на исследования в области открытия и разработки новых и устойчивых каталитических методов химического синтеза. Он разработал инновационный подход, который использует видимый свет (от обычной бытовой лампы) в качестве источника энергии, и свел к минимуму применение токсичных реагентов, опасных реакций и отходов производства.

Российский ученый Алсу Ахметшина представила проект «Зеленые» технологии для разделения: новые газоразделительные мембраны на основе полимерных ионных жидкостей», который будет иметь большой практический успех. Если Алсу и ее команда смогут построить установку для разделения кислых газов на нефтеперерабатывающем предприятии, это станет венцом их научного творчества.

«ФосАгро» крайне заинтересовала разработка победительницы 2016 года «От отходов к устойчивости: применение фосфогипса как гетерогенного катализатора и полезного материала». При определенной доработке компания готова реализовать его на предприятии.

ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ

В связи с тем, что сотрудничество Российской компании с международным сообществом является новаторским, по результатам мониторинга проекта регулярно вносятся дополнения в реализацию проекта. Так, специальный грант за исследования в области применения фосфогипса был учрежден в марте 2016 года. На него смогут претендовать молодые ученые в возрасте до 35 лет включительно за исследования в сфере «зеленой химии», направленные на поиск инновационных решений в области переработки и применения фосфогипса.

После согласования с международными организациями в 2017 году объявлено решение о продлении срока проекта до 2021 года. Проект позволит повысить роль России в борьбе за сохранение окружающей среды, продемонстрировать неразрывную связь экономики с экологией и необходимость ответственного ведения бизнеса.

Подготовка поколения профессионалов – задача, которая стоит сегодня перед любой компанией, планирующей долгосрочные стратегии. Инвестиции в человеческий капитал – одни из самых ценных. В рамках этой концепции работает и «ФосАгро». Поддержка молодых исследователей в области химии – верный способ не только обогатить кадровый мировой потенциал в эпоху инноваций, но и внедрить в практику предприятий комплекс сбалансированных действий по снижению негативного воздействия на окружающую среду. Международный уровень программы позволяет «ФосАгро» выступать беспрецедентным лидером в ряду инициатив экологически ответственного бизнеса в России, а нашей стране – занять достойное место в глобальной команде развитых государств, усилия которых направлены на построение новой системы отношений человека и природы.

Экспертный совет номинации

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ: заинтересовать и привлечь внимание жителей Череповца и Вологодской области к природоохранной и экологической деятельности, рассказать о благотворительности «Северстали» и снизить социальное напряжение в городе, повысить доверие заинтересованных сторон к компании и вовлечь местные сообщества в реализацию благотворительных экологических проектов компании.

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с 2013 года

БЮДЖЕТ: 300 000 рублей

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: жители региона, представители общественных организаций и профсоюзов; представители власти (федеральный и региональный уровень); инвесторы; студенты и преподаватели вузов, ученики, учителя-предметники школ, научное сообщество

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

«Чистая металлургия» – образовательный проект компании «Северсталь», реализованный в 2016 году в Вологодской области.

Помимо традиционного информационного сопровождения инвестиционной деятельности в области охраны окружающей среды, в регионе присутствия требовалось повысить уровень конструктивного взаимодействия в природоохранной и экологической деятельности с сообществами, экологической грамотности населения и общей осведомленности в вопросах экологической благотворительности и социальной ответственности бизнеса. Исходя из этого в 2013 году компанией «Северсталь» было решено инициировать благотворительный проект «Чистая металлургия».

После обсуждения с представителями местной власти и экологической общественностью было решено запустить проект, активно вовлекать в него организованные группы сообществ, такие как общественные организации, учебные заведения, коллективы представителей госучреждений и бизнеса.

Специально для проекта была разработана символика, в стиле которой оформлялись призы, места проведения мероприятий, презентации, подарки, дипломы и сертификаты участников, информационные сообщения. Это значительно усилило кумулятивный эффект заинтересованности сотрудников предприятия и широких слоев общественности.

Реализовать задачи проекта было решено, организовав работу с выбранными целевыми группами в нескольких направлениях.

Во-первых, продемонстрировать открытость в предоставлении информации по вопросам экологии.

Во-вторых, привлечь внимание к природоохранной деятельности компании и ее показателям, повысить образованность населения в вопросах охраны окружающей среды.

В-третьих, показать актуальность и приоритетность вопросов экологии для «Северстали» наряду с другими бизнес-задачами.

В-четвертых, вступить в конструктивный диалог с сообществами.

В результате в течение 2016 года для разных групп стейкхолдеров были организованы следующие **мероприятия**:

Работа со студентами, преподавателями, школьниками (информирование, образование и просвещение)

- Городской экологический семинар для школьников и экологические уроки «Северсталь»: реальность, перспективы» (приняли участие более 60 человек).

- Конкурс Экологических дневников. Конкурс организован совместно с мэрией г. Череповца, призван привлечь подрастающее поколение и взрослое население к природоохранной и экологической деятельности, повысить экологическую грамотность, вовлечь в вопросы городской экологии.

- Конкурс рисунков «Северсталь» глазами детей». Поступило порядка 100 работ, лучшие вошли в постоянную экспозицию в Музее металлургической промышленности, посвященную экологии ЧерМК (декабрь 2016г.).

- Экскурсия школьников в лабораторию, осуществляющую контроль на площадке ЧерМК, для детей и педагогов (декабрь 2016 г., 25 человек).

- Экологическая акция «Деревья – хранители эпохи» на территории музея «Дом И.А. Милютина». Компания оказала поддержку в организации изучения деревьев в историческом парке и изготовлении к ним информационных табличек (май 2016 г.).

- Серия общественных презентаций в школах Череповца: информационные доклады экологов компании в школах (апрель 2016 г.)

Мероприятия для широкой общественности с участием сотрудников компании

- «Международный день без автомобиля», «Очистим планету от мусора» (наряду с городскими субботниками). Приняли участие около 200 сотрудников.

- Участие в работе городского экологического волонтерского штаба – акциях по уборке городских и пригородных территорий. Приняли участие около 50 сотрудников.

- Продвижение темы экологического образования за счет специальной уникальной экспозиции в Музее металлургической промышленности. Экспозиция наглядно показывает эволюцию газоочистного оборудования ЧерМК, устройство водооборотного цикла, работу с промышленными отходами, проекты по энергосбережению и пр.

Информирование стейкхолдеров через печатные и электронные издания/СМИ

- Выпуск «Экологического дайджеста» (в течение года): ежеквартальное издание, предназначенное для государственных органов, общественных организаций,

учеников и преподавателей общеобразовательных учреждений региона и других заинтересованных сторон.

- СМИ: адресная работа с региональными ведущими общественно-политическим изданиями, такими как «Речь», «Голос Череповца», «Красный Север», «Телеканал 12» и «Русский Север», ВГТРК (Вологодская телерадиокомпания).
- Информационные продукты: изготовлены стенды для школ, передвижной стенд, информационный лифлет «Масштабная программа экологического перевооружения ЧерМК».
- Эко-тайм: организация постоянного информационного потока об экологической деятельности компании на «Русском радио» в прайм-тайм (один выпуск в две недели).

Взаимодействие с органами власти, экспертами и профессиональным обществом (информирование, публичная отчетность)

- Круглые столы с участием государственных структур и общественности. Приняли участие представители межрайонной природоохранной прокуратуры города Череповец, Правительства Вологодской области, руководители и ведущие специалисты Управления Росприроднадзора, «Центра гигиены и эпидемиологии в Вологодской области», эколого-энергетического рейтингового агентства Интерфакс-ЭРА, программы по экологической политике нефтегазового сектора Всемирного Фонда дикой природы (WWF Russia). Общая тематика: «Выполнение природоохранных мероприятий ПАО «Северсталь».
- Встречи с педагогами как ретрансляторами информации в школах и вузах: общественные доклады о природоохранной деятельности предприятия (пять встреч в течение года).

Взаимодействие с общественными организациями

- Соглашения о сотрудничестве с «Русским географическим обществом (февраль 2016 г.), достигнуты договоренности о совместных мероприятиях.
- Дни открытых дверей для общественных организаций на территории предприятия: организация экскурсий по экологическим объектам промплощадки (шесть экскурсий для более чем 120 человек).

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ:

- Привлечь внимание общественности к вопросам экологии.
- Пополнить знания в области природопользования и ситуации в городе.
- Вовлечь в конструктивный диалог не просто общественность, а целевые группы, готовые к восприятию фактической деятельности и результатов работы ЧерМК в области охраны окружающей среды.

СОТРУДНИЧЕСТВО

Наиболее действенной технологией в рамках реализации проекта являлось взаимодействие и **социальное партнерство с органами государственной власти**, поскольку, как показал опыт, только во взаимодействии с властями в рамках

социального партнерства проект способен привлечь максимальное количество участников и дать желаемый эффект. Мэрия Череповца и Управление образования города предоставляло площадки для проведения открытых мероприятий, помогало найти и привлечь заинтересованных представителей общественности и т.д.

Велась адресная работа с аудиторией: с помощью Управления образования городские школы и дошкольные учреждения информировались о проводимых «Северсталью» благотворительных мероприятиях. Подача конкурсных работ, участие в акциях были централизованными, организаторы проекта имели возможность учесть специфику взаимодействия с учебными заведениями. Учителя-предметники, дети организовывались в группы, где каждому была предоставлена возможность выбрать мероприятие по интересу. Они имели возможность напрямую контактировать с КСО и PR-службами «Северстали», чтобы вовремя корректировать направления в работе. Между представителями управления по корпоративной социальной ответственности «Северстали» и государственными органами велась продуктивная работа в области ознакомления с проектами, в частности улучшающими жизнь горожан, реализуемыми на промплощадке Череповецкого металлургического комбината. Заседания проходили непосредственно на промплощадке с привлечением СМИ. Журналисты имели возможность общения в одном месте с первыми лицами всех контролирующих органов.

Все перечисленные мероприятия проекта позволили сформировать эффективное социальное партнерство «власть – бизнес – сообщества» и благоприятный информационный фон компании «Северсталь». Тема экологии ушла из числа негативных в блогосфере, исчезла она из социальных исследований напряженности в обществе. Названные выше целевые группы ознакомились с природоохранной деятельностью и другими социальными инвестициями компании, стали партнерами компании в реализации целого ряда благотворительных экологических акций.

В реализации проекта участвовали волонтеры – сотрудники компании.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Образовательная работа дала результаты в виде конкурсных работ, отзывов ребят и педагогов. Они делали замеры запыленности и шума в городе, сравнивали их с показателями, взятыми рядом с ЧерМК, у автомобильных дорог. Дети, педагоги, молодежь видели реальную ситуацию с экологией, техногенное воздействие различных источников. Они сажали деревья и приводили в порядок парки, леса в местах отдыха горожан. Обращались к автовладельцам с просьбой не ездить на газоны. Были и научные работы, когда ребята изучали, какие именно насекомые обитают в разных частях города, чтобы понять баланс экосферы. Были исследования частоты появления лис и бобров (само существование которых на территориях, прилегающих к промплощадкам и городу, а иногда и на городской и промтерритории, является хорошим показателем экосистемы региона). Школьники изготавливали кормушки для птиц, заботились о бездомных животных.

И это было массовым, масштабным мероприятием. Ребята изучали воздействие на окружающую среду предприятий Череповца и отслеживали в динамике информацию о загрязнении окружающей среды из открытых источников – сайтов, газеты, экодайджеста, социальных сетей «Северстали» и др. Они разбирались в разнице выбросов – CO₂ это или формальдегид, пыль от неорганизованных выбросов или аммиак. Оценивали показатели с учетом полученной из разных источников информации.

В проекте приняли непосредственное участие около 5000 человек. В региональных и федеральных СМИ зафиксировано 260 упоминаний, из них нейтральных 254, что в 2,5 раза больше, чем ранее. Подобного экологического проекта ни одно из коммерческих предприятий Череповца ранее не осуществляло.

Проект с интересом принят общественностью города и области. Тема экологии важна для населения, и люди хотят больше знать о реальном экологическом состоянии и благополучии города, участвовать в позитивных экологических преобразованиях в регионе проживания. Информация как образовательная составляющая нашла положительный отзыв у аудиторий, в отношении которых велась работа, и позволила сформировать эффективное социально-экологическое партнерство.

Преимущество программы «Северстали» в ее комплексности, мультипликативном эффекте, который возникает благодаря системным и долгосрочным действиям по защите окружающей среды усилиями научно-производственной команды компании и волонтеров. Проект особенно выделяет повышение экологической грамотности среди населения, в том числе среди школьников. Компании удалось не только представить широкой аудитории собственные природоохранные инициативы, но и вовлечь в экологические преобразования рядовых жителей Череповца, организовав тесное партнерство по схеме «бизнес – власть – общество».

Экспертный совет номинации



III место

Социально-экологический проект «Чистые Берега»
HEINEKEN

ЦЕЛЬ ПРОГРАММЫ: объединить усилия защитников окружающей среды; сформировать у населения ответственное отношение к окружающей среде; со-

здать необходимую инфраструктуру для уборки и переработки мусора.

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: с 2007 года.

БЮДЖЕТ: 3,6 млн рублей.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: общественные организации, горожане и отдыхающие, муниципальные органы власти, сотрудники, подрядчики (операторы по утилизации отходов).

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

Производство упаковки поставщиками компании является основным источником выбросов парниковых газов: этот этап формирует 38% «углеродного следа» компании HEINEKEN в России. Поэтому внутри компании постоянно обращаются к инновациям и ищут такие пути оптимизации производства упаковочных материалов, чтобы не только уменьшить их вес, но и нарастить процент переработки и повторного использования.

Оптимизируя производственный процесс, совершенствуя дизайн бутылок и увеличивая масштаб вторичного использования сырья, можно добиться существенных положительных изменений. Компания старается эффективно использовать ресурсы и стремится к безотходному производству, увеличивая долю перерабатываемых и вторично используемых отходов. Так, например, в 2016 году было переработано или вторично использовано 97% отходов производства. Удельное производство не перерабатываемых отходов на предприятиях HEINEKEN в России сократилось на 6,9% до 0,35 кг/г.л. к уровню 2015 года и на 70% к уровню 2008 года.

Скопление мусора на городских улицах и в зонах отдыха влечет за собой не только тяжелые экологические, но и социальные последствия. Поэтому в компании стремятся к тому, чтобы ответственное отношение к окружающей среде и использованию ресурсов стало нормой поведения каждого человека. Именно в этом контексте компания ведет свой долгосрочный экологический проект «Чистые Берега».

ЭТАПЫ ПРОГРАММЫ

Проект был запущен в 2007 году по инициативе компании HEINEKEN в акватории пролива Малое море (остров Ольхон, Иркутская область). Начинаясь как региональный экологический проект, «Чистые Берега» в 2016 году приобрел обще-

российский статус благодаря присоединению к нему Санкт-Петербурга, Нижнего Новгорода и Хабаровска.

В 2016 году в рамках проекта «Чистые Берега» при поддержке АНО Коалиция «ПРО отходы» заработала Биржа экологических проектов. Организованный на базе Экологической биржи конкурсный отбор позволил выбрать из 36 заявок, соответствующих критериям проведения конкурса, 10 наиболее эффективных и устойчивых проектов, которые способствуют улучшению экологической среды береговых рекреационных территорий и одновременно прививают культуру ответственного отношения жителей и туристов к обращению с бытовыми отходами. Реализация этих проектов прошла с июля по ноябрь 2016 года.

В период с августа по октябрь 2016 года в Иркутской, Ленинградской, Нижегородской областях и Хабаровском крае прошли самые разнообразные акции и культурно-просветительские мероприятия, объединенные одной общей целью и идеей – возможностью для жителей прибрежных районов городов стать активными участниками и создателями благоприятной и комфортной для жизни и отдыха среды. В мероприятиях приняли участие местные жители (в том числе представители бизнес-сообщества), которые занимались уборкой территорий, созданием инфраструктуры по отдельному сбору отходов и проводили акции по экологическому просвещению, включая выпуск радиопередачи («Чистые Берега Амура») и газеты («Вестник Ольхона»). Всего в экологические проекты было вовлечено 1289 волонтеров.

В **Нижегородской области** прошел экопросветительский фестиваль «Чистые берега», в рамках которого был организован цикл лекций и кинопоказов для жителей Нижнего Новгорода, проводились регулярные акции по сбору на переработку бытовых отходов, а также в нескольких частях города были установлены и теперь регулярно обслуживаются контейнеры для сбора вторичного сырья на переработку. Все эта работа была выполнена активистами Ассоциации «Нижегородский культурный центр «Новый Акрополь». А волонтеры местного отделения Всероссийского общества охраны природы (ВООП) провели две акции по очистке берега Волги возле города Бор и создали инфраструктуру по отдельному сбору отходов в зоне отдыха.

Наибольшее количество проектов – пять – было реализовано в **Иркутской области**. Большинство из них было связано с благоустройством острова Ольхон, где создается парковая зона, высажен лес на местах пожарниц и укреплен берег за поселком Харанцы (всего высажено более 25 тысяч саженцев), проведена масштабная просветительская работа с жителями и туристами относительно отдельного сбора отходов и создана инфраструктура для этого в центральном поселке острова – Хужире. В поселке Листвянка в самом популярном и доступном для туристов месте на Байкале было установлено 36 экологических баков, которые

обслуживают специальные дворники, не только убирающие мусор, но и проводящие разъяснительную работу.

В **Санкт-Петербурге** в 2016 году усилия экологических активистов при экспертной поддержке Ассоциации в сфере экологии и защиты окружающей среды «Раздельный Сбор» были направлены на расчистку прибрежных территорий и создание инфраструктуры раздельного сбора отходов для отдыхающих на пляже Финского залива в районе МО «Лисий Нос» и озера Долгое Приморского района Санкт-Петербурга.

Хабаровское отделение ВООП продолжило реализацию начатого в 2014 году проекта «Чистые берега Амура», и к уже реализованным мероприятиям добавилось создание инфраструктуры по сбору, утилизации и переработке отходов на территории центральной набережной города Хабаровска им. адмирала Г.И. Невельского и прилегающей береговой зоне.

РЕЗУЛЬТАТЫ

По подсчетам компании, мероприятия, реализованные в рамках проекта «Чистые Берега» в 2016 году, имели экологический и социальный эффект для 788 657 человек. В результате было собрано и отдано на переработку 38 т вторсырья, установлено 84 контейнера для раздельного сбора отходов и 20 урн для сбора смешанных отходов, были очищены береговые линии протяженностью 7,5 км и площадью 76124,9 га.

Компания демонстрирует отличный пример системного подхода к устойчивому развитию территорий, а также вовлечения жителей в природоохранную деятельность и создание целой инфраструктуры на отдельно взятой территории. Биржа эко-проектов, запущенная в рамках проекта «Чистые берега», дает возможность горожанам чувствовать себя причастными к преобразованию природной среды, быть активными создателями комфортной для жизни и отдыха эко-системы, а самое главное - созидать пролонгированный эффект собственных усилий.

Экспертный совет номинации

ОРГАНИЗАТОРЫ И ПАРТНЕРЫ



Форум Доноров — ассоциация крупнейших благотворительных и донорских организаций, работающих в России. Это единственное объединение фондов и компаний, системно занимающихся благотворительной деятельностью. Основными формами работы Форума Доноров являются организация встреч и конференций, экспертная поддержка, исследования, распространение лучших практик, предоставление информации, необходимой для каждодневной работы филантропического сообщества.

www.donorsforum.ru

ВЕДОМОСТИ

Деловая газета «Ведомости» уже более 18 лет является одним из самых авторитетных источников информации о бизнесе и экономике в России. Газета заслужила доверие читателей благодаря качественной журналистике, своей непредвзятости и независимости. Издание «Ведомости» включает сайт Vedomosti.ru, мобильную версию и семейство бесплатных приложений для всех платформ.

www.vedomosti.ru



PwC в России предоставляет услуги в области аудита и бизнес-консультирования, а также налоговые и юридические услуги компаниям разных отраслей. В офисах PwC в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Казани, Новосибирске, Ростове-на-Дону, Краснодаре, Воронеже, Владикавказе и Уфе работают более 2 500 специалистов. Мы используем свои знания, богатый опыт и творческий подход для разработки практических советов и решений, открывающих новые перспективы для бизнеса. Международная сеть фирм PwC объединяет более 236 000 сотрудников в 158 странах.

www.pwc.ru



Министерство экономического развития Российской Федерации (Минэкономразвития России) является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций и осуществляет полномочия по ведению реестров социально ориентированных некоммерческих организаций — получателей поддержки и хранения представленных ими документов.

economy.gov.ru



Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП) - общероссийская организация, представляющая интересы деловых кругов как в России так и на международном уровне. Участник Глобального договора ООН с 2004 года.

РСПП сегодня - это более ста отраслевых и региональных объединений, а также тысячи крупнейших российских компаний крупного, среднего и малого бизнеса, представляющих ключевые секторы экономики.

РСПП видит свое предназначение в консолидации усилий промышленников и предпринимателей России, направленных на улучшение деловой среды, повышение статуса российского бизнеса в стране и в мире, поддержание баланса интересов общества, власти и бизнеса. В числе постоянных приоритетов деятельности – поддержка развития ответственной деловой практики, продвижение принципов устойчивого развития и социальной ответственности

www.rspp.ru



Ассоциация менеджеров – одно из ведущих деловых объединений России. Деятельность Ассоциации Менеджеров нацелена на профессиональное развитие сообщества менеджеров, переход к социально ответственным стандартам ведения бизнеса, интеграцию в глобальную экономику. Ассоциация Менеджеров образована в 1999 году. За годы работы Ассоциация зарекомендовала себя как независимая экспертная площадка для выработки консолидированной позиции бизнеса по наиболее острым социальным и профессиональным вызовам, которые стоят перед руководством крупных российских предприятий, обществом и властью.

<http://www.amr.ru/>



**Высшая
школа менеджмента**

Санкт-Петербургского
государственного университета

Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета (ВШМ СПбГУ) — одно из 27 учебно-научных подразделений старейшего университета России. Здесь реализуется полный спектр дипломных программ в области менеджмента: бакалавриат, магистратура, аспирантура, Executive MBA, а также корпоративные программы повышения квалификации. ВШМ СПбГУ — признанный национальный лидер научных исследований в области менеджмента, осуществляемых шестью международными научно-исследовательскими центрами. ВШМ СПбГУ — первая в России и СНГ бизнес-школа, удостоенная престижной международной аккредитации EQUIS, единственный представитель отечественного бизнес-образования в международных рейтингах «Financial Times» — European Business School» (#60 в 2015 г.) и «Masters in Management» (#39 в 2016 г.).

www.gsom.spbu.ru

Музей современного искусства «Гараж» — место, где встречаются люди, идеи и искусство, чтобы создавать историю.

Основанный в 2008 году Дарьей Жуковой и Романом Абрамовичем Музей является первой в России филантропической организацией, направленной на развитие современного искусства и культуры. Широкая программа выставочной, образовательной, научной и издательской деятельности, проводимая Музеем, отражает актуальные процессы, происходящие в русской и международной культуре, и создает возможности для публичного диалога, создания новых произведений и их критического осмысления. Центром этой деятельности является коллекция Музея — первый в стране архив, посвященный истории современного русского искусства с 1950-х годов до наших дней.

<https://garagemca.org/ru>



благосфера

Центр «Благосфера» – городская площадка, креативное пространство, созданное для вовлечения граждан в благотворительность и социальную активность через личный опыт участия в социальных, благотворительных и культурных проектах.

Центр объединяет усилия общественных организаций и инициативных групп, социально ответственного бизнеса, государства для продвижения идей социальной активности, а также разрабатывает и ведет свои собственные просветительские, образовательные, исследовательские и другие проекты.

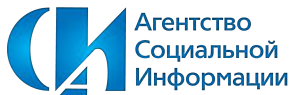
Учредителем Центра «БлагоСфера» является Владимир Смирнов, меценат, основатель частного Благотворительного фонда Владимира Смирнова, член Совета по вопросам попечительства в социальной сфере при Правительстве РФ, член Попечительского совета Морозовской больницы, Мультимедиа Арт Музея и Государственного центра современного искусства.

www.blagosfera.space



Миссия АНО "Эволюция и Филантропия" – формирование среды, способствующей развитию социальных инноваций в России. Основной фокус – планирование и оценка социально-экономической эффективности. Ключевые направления деятельности – систематический обзор международного и передового российского опыта и выпуск информационно-аналитических материалов; разработка уникальных методических продуктов и внедрение их в деятельность организаций партнеров, а также создание межсекторных партнерств и участие в ведущих международных инициативах.

<https://ep.org.ru/>



Агентство социальной информации (АСИ) – одна из ведущих экспертных и информационных организаций в области развития гражданского сектора. АСИ реализует проекты в социальной сфере, способствующие становлению структур гражданского общества, взаимодействию НКО и власти, продвижению добровольчества и социальной ответственности бизнеса.

<https://asi.ru/>



Нефтегазовая компания «Сахалин Энерджи» ведет освоение Пильтун-Астохского и Лунского месторождений на шельфе острова Сахалин. В задачи компании входят добыча, транспортировка, переработка и маркетинг углеводородов.

Работа ведется в соответствии с Соглашением о разделе продукции Акционерами компании являются: «Газпром», «Шелл», «Мицуи» и «Мицубиси».

«Сахалин Энерджи» стремится быть лидером в области КСО с учетом Целей в области устойчивого развития ООН. Компания вносит весомый вклад в социально-экономическое развитие Сахалинской области, в т.ч. через реализацию программ социальных инвестиций, направленных на поддержку экологических, социальных и культурных проектов. Особое внимание компания уделяет реализации стратегических долгосрочных программ с активным участием внешних заинтересованных сторон.

<http://www.sakhalinenergy.ru/ru/index.wbp>



СОДЕРЖАНИЕ

О ПРОЕКТЕ	3
ПОСОЛ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ	4
РАЗДЕЛ 1	
РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	5
РАЗДЕЛ 2	
РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА.....	41
ИТОГИ	42
ЖЮРИ	47
О ПОБЕДИТЕЛЯХ РЭНКИНГА.....	50
РАЗДЕЛ 3	
КОНКУРС БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ	67
Номинация АНО "Эволюция и Филантропия"	68
Номинация Агентства социальной информации	75
Номинация Минэкономразвития России	78
Номинация РСПП.....	98
Номинация Ассоциации менеджеров	134
Номинация Высшей школы менеджмента СПбГУ	151
Номинация Музея современного искусства "Гараж"	175
Номинация Центра "Благосфера"	191
Номинация "Лучшая программа (проект) в сфере экологии"	208
ОРГАНИЗАТОРЫ И ПАРТНЁРЫ	223

ЛИДЕРЫ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ 2017

+7 499 978 59 93

CORPORATELEADER@DONORSFORUM.RU

WWW.DONORSFORUM.RU/PROJECTS/LKB