



ЛИДЕРЫ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

# ЛИДЕРЫ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ – 2016

## СТАРТ

**ВЕДОМОСТИ**  
THE WALL STREET JOURNAL THE LONDON SCHOOL OF FINANCIAL TIMES





# ЛИДЕРЫ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ: вопросы и ответы



**Цель проекта** – выявить лучшие и результативные программы по благотворительности международных и российских компаний

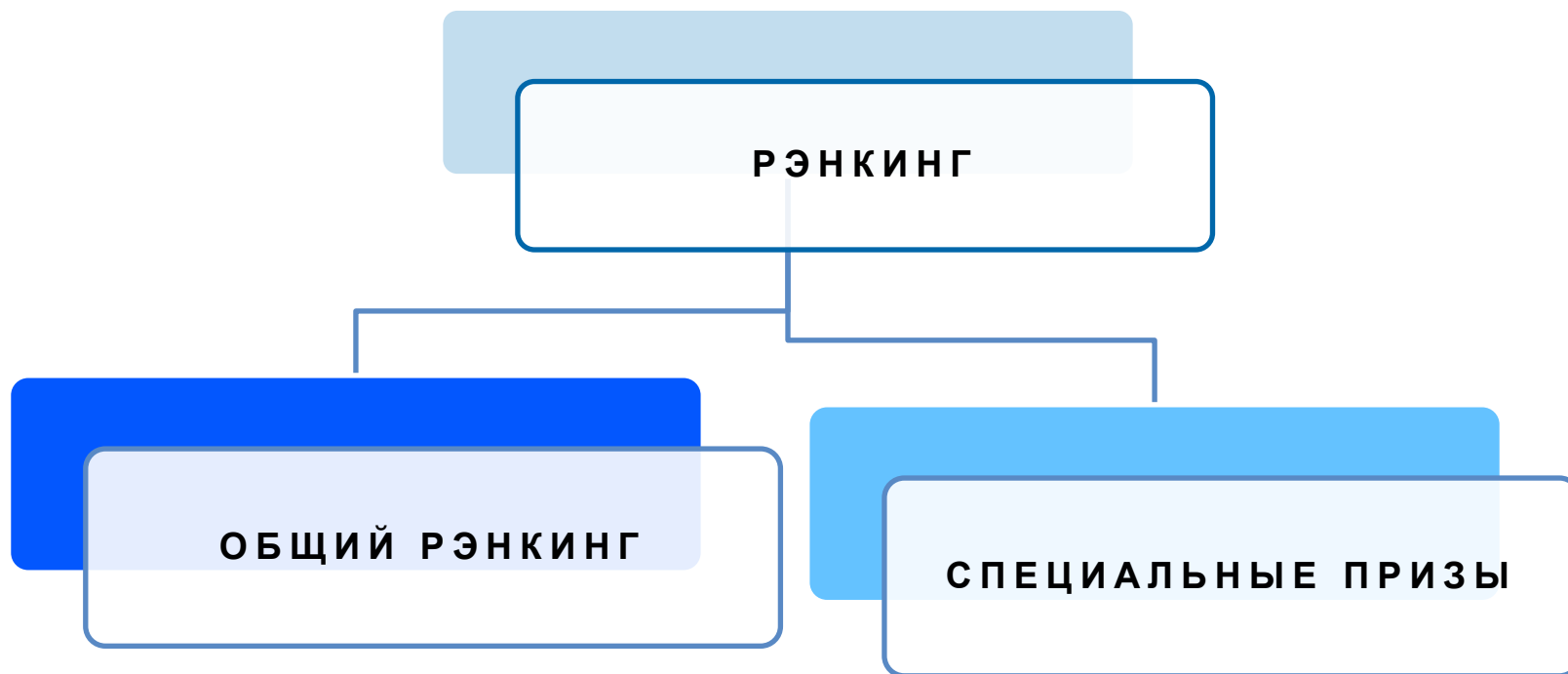
### Участники проекта

Российские и международные компании

Осуществляющие свою благотворительную деятельность на территории РФ

С оборотом более 100 млн рублей в год







## МЕТОДОЛОГИЯ

	<b>Весовой коэффициент</b>
Финансовые показатели	10 %
Оценка подхода к благотворительной деятельности в компании. Концепция и стратегия	20 %
Управление и процессы	20 %
Результаты и перспективы	20 %
Информационная политика	15 %
Общее мнение жюри	15 %
Всего:	100 %

Информация  
за 2015  
календарный год

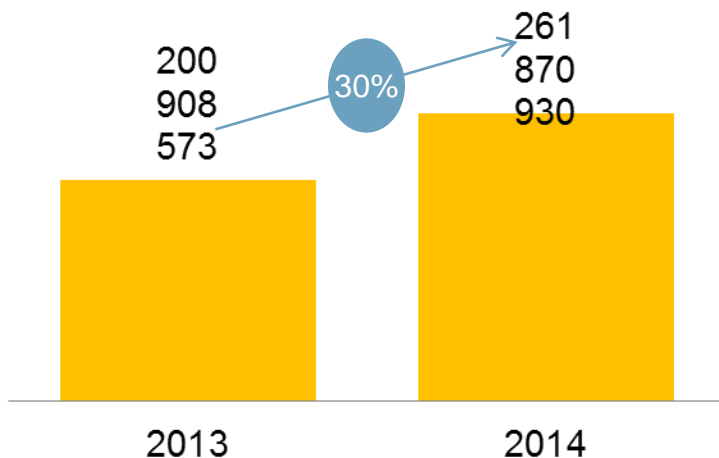


## ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

- **Общая сумма выручки компании в рублях за 2015 год (только в России)**
  - **Размер вклада на нужды общества и благотворительную деятельность в 2015 году на территории РФ (за исключением спонсорства).**
- + Какие данные учитываются при формировании итоговой цифры**
- **Доля расходов на нужды общества и благотворительность к выручке компании**
  - **Сумма пожертвований сотрудников за 2015 год (если применимо)**

## Финансовые показатели компаний: расходы на благотворительность

Средняя сумма расходов на благотворительность  
(не включая спонсорство), руб.



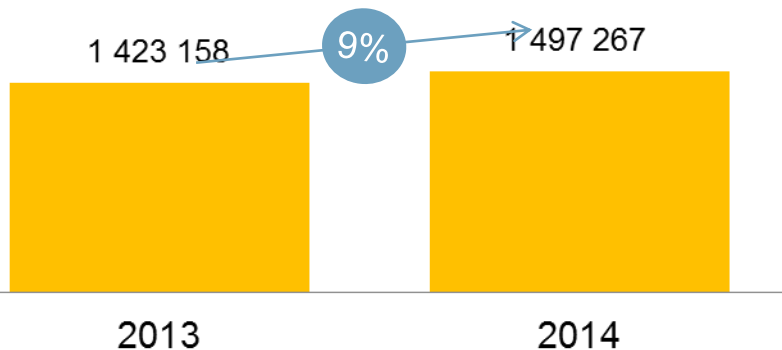
Для анализа были выбраны компании, участвующие в Рэнкинге и в 2014 и в 2015 гг. (предоставившие данные за 2013 г. и 2014 г., соответственно).

В 2014 году **совокупные расходы на благотворительность 43** проанализированных нами компаний равны 11 260 449 980 руб., при этом прирост по отношению к 2013 году составил 30%.



## Финансовые показатели компаний: расходы на благотворительность

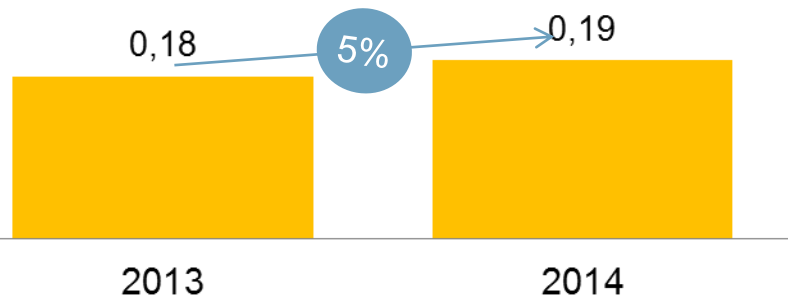
Средняя сумма пожертвований сотрудников, руб.



**Сумма пожертвований** сотрудников компаний в 2014 году также выросла, но всего на 5%.

В 2014 году средняя **доля расходов на благотворительность** по отношению к выручке достигла 0,19%, что на 9% больше данного показателя в предыдущем году.

Средний процент расходов на нужды общества и благотворительность по отношению к выручке, %



Следует отметить, что нами не отмечена прямая зависимость между объемом генерируемой выручки и расходами на благотворительность.





### Подход к благотворительной деятельности: концепция и стратегия

- Цели и задачи благотворительной деятельности
- Политика / стратегия благотворительной деятельности (в каком документе сформулирована? )
- Основные направления благотворительной деятельности организации
- Формы реализации благотворительной деятельности
- Благотворительные программы компании
- Укажите принципы формирования бюджета благотворительной деятельности
- Учитываются ли административные расходы на ведение благотворительной деятельности

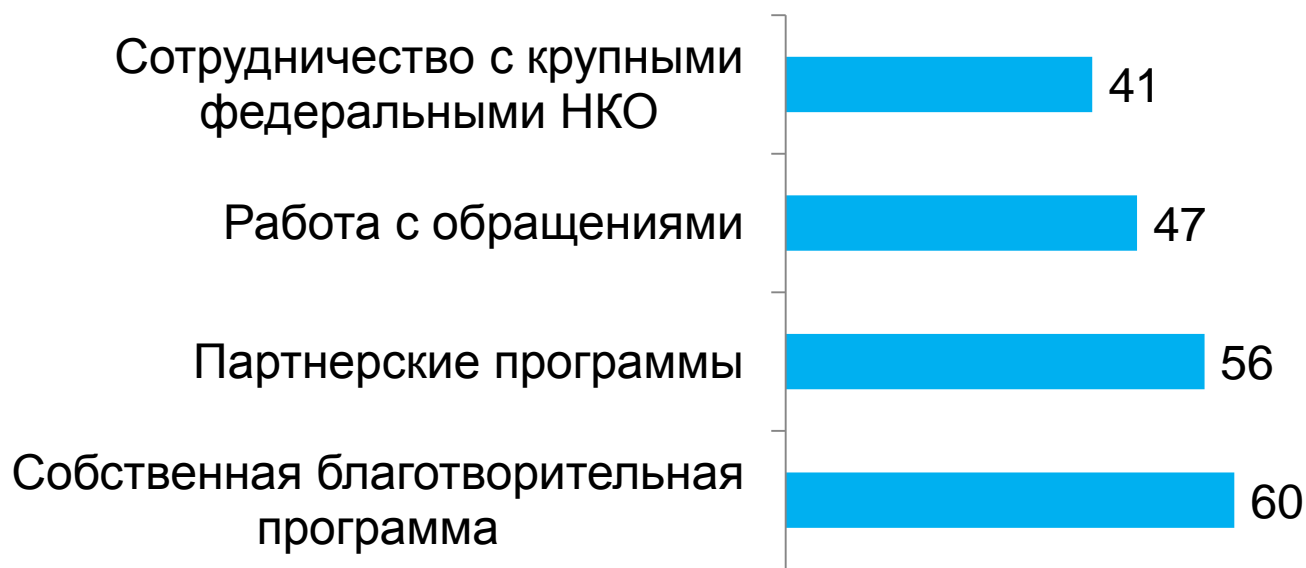


## НАПРАВЛЕНИЯ





## ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ





## НАПРАВЛЕНИЯ

	2014 г	2015 г
Корпоративное волонтерство	86,4%	90,8%
Предоставление бесплатных товаров/услуг	66,1%	69,2%
Сбор частных пожертвований сотрудников	74,6%	89,2%
Социально-ориентированный маркетинг	27,1%	35,4%
Социальное предпринимательство	15,3%	20,0%



СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРИЗ  
За эффективность управления  
благотворительными программами





## УПРАВЛЕНИЕ И ПРОЦЕССЫ

- Кто в компании отвечает за благотворительную деятельность  
+ Описание оргструктуры
- Процесс отбора отдельных проектов для финансирования? Критерии отбора?
- Кто является ЗС в благотворительной деятельности компании
- Процесс вовлечения ЗС в благотворительную деятельность
- Консультации в процессе разработки и реализации программ / опросы по результатам проведенных

**! Комментарии**



## УПРАВЛЕНИЕ И ПРОЦЕССЫ

Ответственные за реализацию благотворительных программ	2014 г.	2015 г.
Корпоративный благотворительный фонд	28,8%	29,2%
Специальное подразделение, ответственное за реализацию проектов и программ	30,5%	<b>44,6%</b>
Специальный сотрудник, ответственный за реализацию проектов и программ	30,5%	30,8%
Часть обязанностей сотрудника	22,0%	<b>35,4%</b>

*Примечание: компании могли выбрать более одного варианта*



## УПРАВЛЕНИЕ И ПРОЦЕССЫ

Документы, фиксирующие стратегию корпоративной благотворительности







СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРИЗ  
За эффективность управления  
благотворительными программами

**Amway**

**ВЕДОМОСТИ**  
THE WALL STREET JOURNAL'S CHOICE OF FINANCIAL TIMES





## РЕЗУЛЬТАТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ: ОЦЕНКА ПРОГРАММ

- **Процесс оценки**
- **Бюджет на мониторинг и оценку**
- **Типы оценки**
- **Использование внешней экспертизы**
- **Продукты оценки**
- **Количественные и качественные результаты**
- **Измерители для оценки эффективности и социального воздействия**
- **Использование полученной информации**



СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРИЗ

За развитие и продвижение культуры оценки  
в корпоративных благотворительных программах

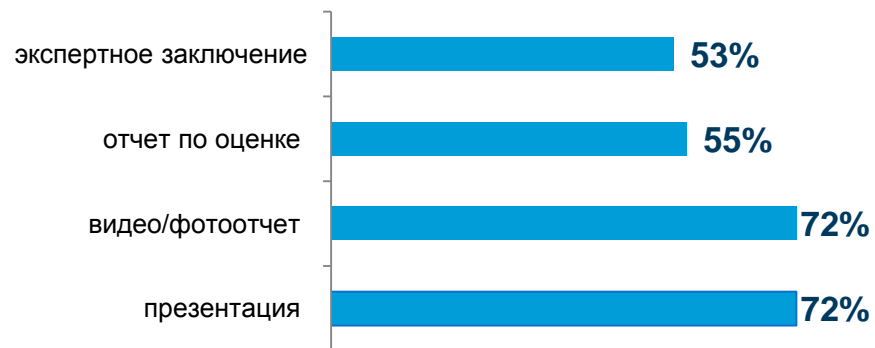
ЛІ



## Используемые виды оценки



## Продукты оценки



## Использование результатов оценки





## ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА

### **Каналы распространения информации:**

СМИ / веб-сайт / отчеты / публикации / социальные сети / мероприятия

### **Обратная связь с заинтересованными лицами:**

Анкетирование / контакты ответственных сотрудников / личные встречи / конференций

### **Участие мероприятиях и роль:**

организатор мероприятия / модератор / спикер / финансовый партнер /  
содержательный партнер / участник

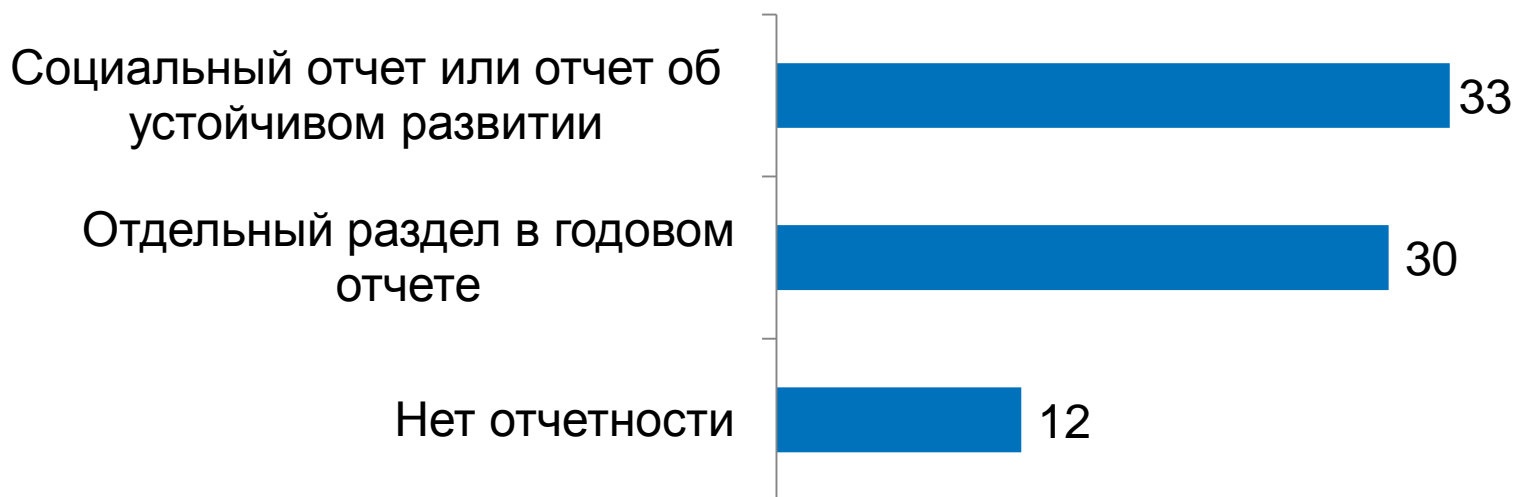
### **Членство в ассоциациях**





## ПРОДУКТЫ НЕФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

53 из 65 компаний регулярно публикуют нефинансовую отчетность





СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРИЗ  
За информационную  
открытость





## ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ

- Старт проекта: 15 февраля 2016 года
- Прием заявок: 16 февраля – 29 июля 2016 года
- Церемония награждения: конец ноября 2016 года
- Публикация итогов исследования в газете «Ведомости»





[CORPORATELEADER@DONORSFORUM.RU](mailto:CORPORATELEADER@DONORSFORUM.RU)

+7 (499) 789 5993

[www.vedomosti.ru/charity](http://www.vedomosti.ru/charity)

[www.donorsforum.ru/projects/lkb](http://www.donorsforum.ru/projects/lkb)