

ВСЁ О ЛИДЕРАХ

КОРПОРАТИВНОЙ
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

2019



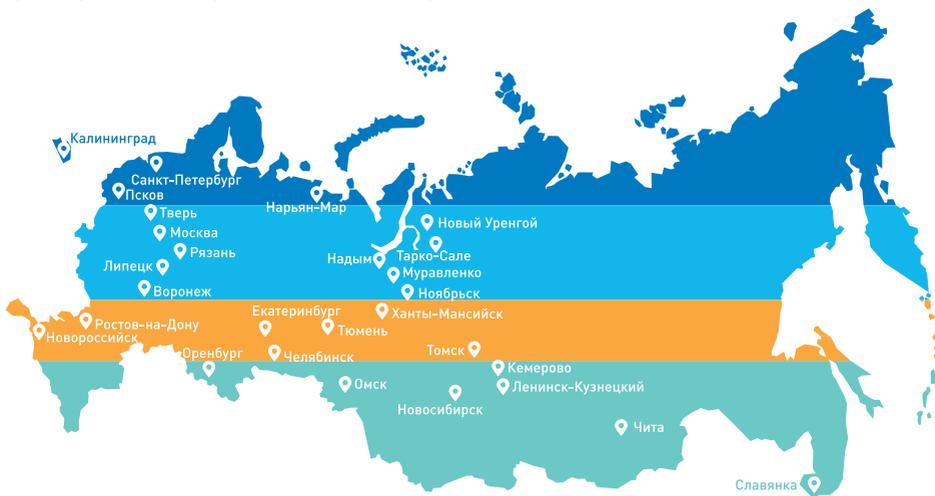


**РОДНЫЕ
ГОРОДА**

Программа
социальных инвестиций
«Газпром нефти»



Цель программы — повышение качества жизни в регионах присутствия компании, расширение доступа их жителей к качественной городской среде, образованию и культуре. Компания исходит из принципа, что люди, живущие в небольших городах, имеют право на такое же качество социальной среды, что и жители мегаполисов. Исходя из этого компания подходит к своей задаче не формально: инвестируя в свои «родные города», добивается высочайшего уровня реализации проектов, часть из которых уникальна для России.



КЛЮЧЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПРОГРАММЫ:



**МЕСТОРОЖДЕНИЯ
ПОБЕД**

Поддержка и развитие
детского и массового спорта



**КУЛЬТУРНЫЙ
КОД**

Сохранение и развитие
культурного потенциала территорий



**СОХРАНЯЯ
ТРАДИЦИИ**

Сотрудничество с коренными
малочисленными народами Севера



**ГОРОДА
ДЛЯ ЛЮДЕЙ**

Развитие
городской среды



**НОВЫЕ
ГОРИЗОНТЫ**

Поддержка и развитие
сферы образования

РОДНЫЕГОРОДА.РФ
VK.COM/RODNYEGORODA

ВСЁ О ЛИДЕРАХ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ 2016

ПО МАТЕРИАЛАМ ПРОЕКТА
«ЛИДЕРЫ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ – 2016»

Форум Доноров
2016



Всё о лидерах 2016: по материалам проекта «Лидеры корпоративной благотворительности — 2016». — М.: Форум Доноров, 2016. — 202 с.

Издание подготовлено по материалам исследования «Лидеры корпоративной благотворительности — 2016» — 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 компаний.

Книга состоит из нескольких частей: статьи по итогам исследования деятельности социально активных компаний в 2015 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» в 2016 году компании «Газпром нефть» и «Металлоинвест», АНО «Эволюция и Филантропия», Центр «Благосфера».

Сборник подготовлен при поддержке «Нестле Россия», Трубной Металлургической Компании, компании «Северсталь», Благотворительного фонда ЦФО «Поддержка детей и семей в трудной жизненной ситуации».

© Форум Доноров, 2016

«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. Также в 2016 году свою номинацию в рамках проекта объявили Международный форум лидеров бизнеса (IBLF), Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета, Британский совет в России, Форум Доноров и Центр «Благосфера».

В исследовании 2016 года приняло участие 60 российских и международных компаний с общим оборотом более 100 млн рублей в 2015 году, осуществляющих свою благотворительную деятельность на территории Российской Федерации. Расходы на социальные и благотворительные проекты по итогам 2015 года раскрыли 56 участников. Исходя из предоставленных данных они потратили на благотворительность и социальную поддержку почти 20 млрд рублей.



Александра Болдырева
исполнительный директор Форума Доноров

«Мы в девятый раз подводим итоги исследования и конкурса „Лидеры корпоративной благотворительности“, в следующем году нам предстоит отметить первую круглую дату. За эти годы было многое: интересные и качественные программы, радость за наших победителей в рэнкинге и номинациях, кропотливое совершенствование методики, жаркие дискуссии на заседаниях жюри. Важно одно: вокруг проекта сложилось сообщество профессионалов отечественной корпоративной филантропии. Большинство участвует в конкурсе из года в год, понимая, что сам факт участия в проекте, готовность открыто обсуждать собственные практики, делиться опытом организации и управления социальными инвестициями являются отличительными маркерами авангарда сектора — настоящих лидеров корпоративной благотворительности»



Глеб Прозоров
генеральный директор газеты «Ведомости»

«Количество участников нынешнего рэнкинга и объем социальных инвестиций, сделанных отечественным бизнесом в отчетном году, наглядно показали, что принципы корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития прочно вошли в стратегию и корпоративную культуру компаний, работающих на российском рынке. Если мы смогли добиться таких результатов в самом экономически тяжелом со всех точек зрения году, это в полном смысле свет в конце туннеля»



Елена Дубовицкая
директор практики услуг в области устойчивого развития PwC в России

«В этом году мы рады отметить следующую интересную тенденцию: даже в текущей непростой экономической ситуации компании не стремятся сокращать свои благотворительные бюджеты. Мы проанализировали финансовые показатели тех 30 компаний, которые участвовали в проекте два последних года подряд. Несмотря на то, что их суммарная выручка в 2015 г. упала на 3% по сравнению с 2014 г., их расходы на благотворительность выросли на 16%! Это может говорить в том числе о том, что благотворительность становится неотъемлемой частью бизнес-стратегии компаний и ее роль с каждым годом продолжает расти»



Анна Казарина
начальник Управления
региональной политики
«Газпром нефти»*

«Газпром нефть» активно участвует в социальном развитии регионов, разрабатывает и внедряет самые передовые стандарты корпоративной благотворительности, стремится быть эффективным социальным инвестором. Все социальные инициативы компании объединены в программу «Родные города». В конце 2015 года «Газпром нефть» стала послом благотворительности в России, для компании это значимое достижение, которое предполагает повышенный уровень ответственности.

В реализации нашей корпоративной программы мы делаем ставку на технологичность и инновационность проектов, внедряем лучшие мировые практики. Среди таких проектов фестиваль уличного искусства «Стенография», турнир «Умножая таланты», проектная лаборатория «Город своими руками».

Проведение грантовых конкурсов социальных инициатив является эффективным форматом взаимодействия компании и жителей, который позволяет учитывать потребности населения и создавать актуальные и востребованные проекты. В 2016 году на конкурс было подано 460 заявок, 84 из которых были поддержаны.

Активно развивается в компании и корпоративное волонтерство: с БФ «Рауль» был запущен новый проект «Вместе открываем мир» для социализации выпускников детских домов. Совместно с Центром «Антон тут рядом» реализуется проект «Добро своими руками» для взрослых людей с аутизмом.

В 2016 году будут определены новые послы благотворительности, а это значит, что социально-ответственных компаний в России становится все больше. «Газпром нефть» будет и дальше стремиться к лидерству в корпоративной благотворительности, развивая ответственный подход к социальным инвестициям в обществе.

* Компания «Газпром нефть» является победителем конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности — 2015»



Наталья Поппель
начальник управления
по корпоративной социальной
ответственности и бренду
ПАО «Северсталь»*

Главное, чем ознаменовался для меня прошедший год — это не только сохранение объемов, содержания, темпов и качества развития корпоративной филантропии и не только в «Северстали». К нашей благотворительной деятельности и волонтерству присоединились компании «Севергрупп» — «Силовые машины», «НОРДГОЛД», «Утконос», «ТУИ Россия». Несмотря ни на какие кризисы и санкции, вопреки пессимистическим прогнозам, российский бизнес и международные компании, работающие в нашей стране, продолжали развивать и совершенствовать свои благотворительные программы. Более того, мы видим все более «эффективную» политику бизнеса в этом направлении: применение системного подхода, увязывание приоритетов благотворительной деятельности с общей стратегией бизнеса, включение сотрудников в филантропические проекты, дальнейшее развитие корпоративного добровольчества, привлечение некоммерческих, благотворительных организаций в качестве партнеров и союзников.

Еще одно достижение — это включение в социальное партнерство СМИ, особенно социальных СМИ. Это сказывается и на более позитивном и доверительном отношении в обществе и к НКО, и к бизнесу, и к благотворительности в целом.

Отрадно видеть новые лица в филантропии: и новых молодых пассионарных менеджеров по КСО, представляющих компании, о достижениях которых раньше было не так много слышно, и новое современное поколение благотворителей. При этом в строю остается и проверенная «опытная старая гвардия».

Замечательно, что не снижают темпов работы уже давно зарекомендовавшие себя площадки, на которых щедро делятся опытом и знаниями менеджеры компаний, их партнеры из государственного и некоммерческого секторов: это и Центр устойчивого развития и социального предпринимательства РСПП, и Ассоциация Менеджеров, и Форум Доноров, и Центр «Благосфера». Уверена, что благотворительное движение будет расширяться и нам удастся сделать наш мир более совершенным!

* Компания «Северсталь» является победителем конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности — 2015»

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ «ЛИДЕРЫ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ — 2016»

Александра Болдырева
Ирина Ефремова-Гарт
Павел Попов**

Исследование по итогам проекта «Лидеры корпоративной благотворительности» традиционно посвящено социальной деятельности крупного бизнеса за предшествующий год. Таким образом, в фокусе внимания был непростой 2015-ый, когда экономика заставила с особой осторожностью говорить о текущей ситуации в секторе, а для ряда компаний встал серьёзный вопрос о сохранении социальных проектов в прежнем объёме.

Прошёл год. Эмоции несколько стихли и стало понятно, что процесс адаптации к новым реалиям начался. Первым таким маркером для организаторов проекта стало количество участников, так как любой конкурс чувствителен к изменениям. Несмотря на то, что увеличения числа заявок не произошло, в целом можно говорить о стабильном интересе со стороны бизнеса. В исследовании приняли участие 60 компаний, занимающихся благотворительностью в нашей стране, восемь из которых попробовали свои силы впервые.

Вместе с тем, год подарил и несколько заметных рекордов, в первую очередь, касающихся цифр: крупнейший за историю проекта благотворительный бюджет компании-участника, самая большая сумма собранных сотрудниками пожертвований. Были зафиксированы изменения в сторону усложнения управленческих моделей, увеличения открытости и роста профессионализации сектора. Каковы были эти тенденции?

ПОРТРЕТ УЧАСТНИКОВ 2016 ГОДА

Среди участников проекта наиболее широко был представлен сектор услуг (24***). Большая его часть — российские компании (19), работающие, как правило, на всей территории страны (13). Промыленно-сырьевой сектор был представлен 21 компанией, в основном российского бизнеса

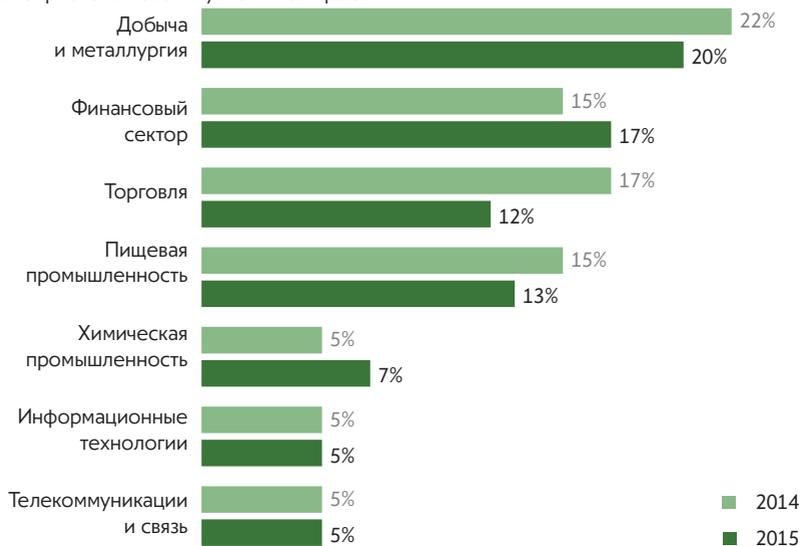
** Форум Доноров выражает глубокую признательность Екатерине Дмитриенко и Олегу Казакову за их вклад в обработку данных и анализ материалов проведённого исследования.

*** В скобках указывается число компаний — участников проекта.

(17), локализирующей свою деятельность на территории либо отдельного региона страны (7), либо работающей сразу на территории нескольких государств (7). Сектор товаров повседневного спроса (FMCG) представляли 13 компаний, подавляющее большинство из которых — международные, ведущие бизнес, как правило, на всей территории России (10). В исследовании участвовали два крупных российских многоотраслевых холдинга, осуществляющих деятельность на территории нескольких государств.

По отраслевому признаку среди участников проекта наиболее широко были представлены горнодобывающие и металлургические компании (12), финансовые организации (10), представители торговли (7) и пищевой промышленности (6).

График 1. Отраслевой состав участников проекта*

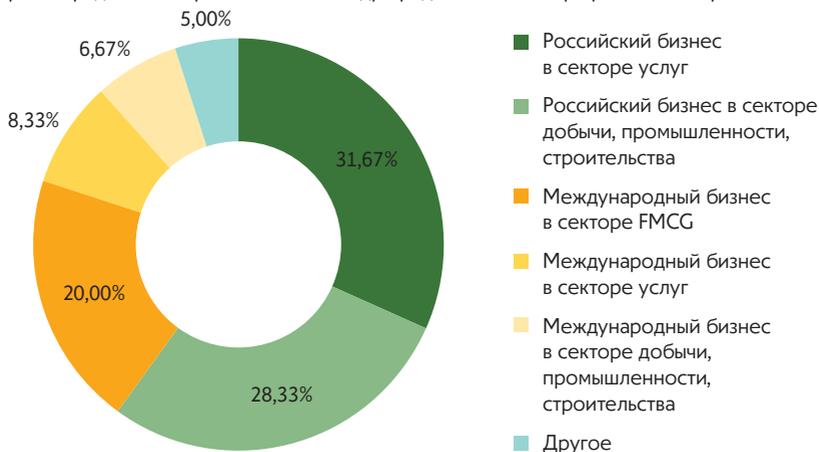


Две трети опрошенных представляли российский бизнес, треть — международный, осуществляющий деятельность, как правило, в форме российских юридических лиц с участием иностранного капитала (19). Отечественный бизнес также в трети случаев был представлен российскими юридическими лицами с иностранным участием (12).

Наиболее широко в исследовании были отражены российские компании, работающие в сфере услуг (19) и промышленно-сырьевом секторе (17), а также международный бизнес, специализирующийся на производстве товаров повседневного спроса (12).

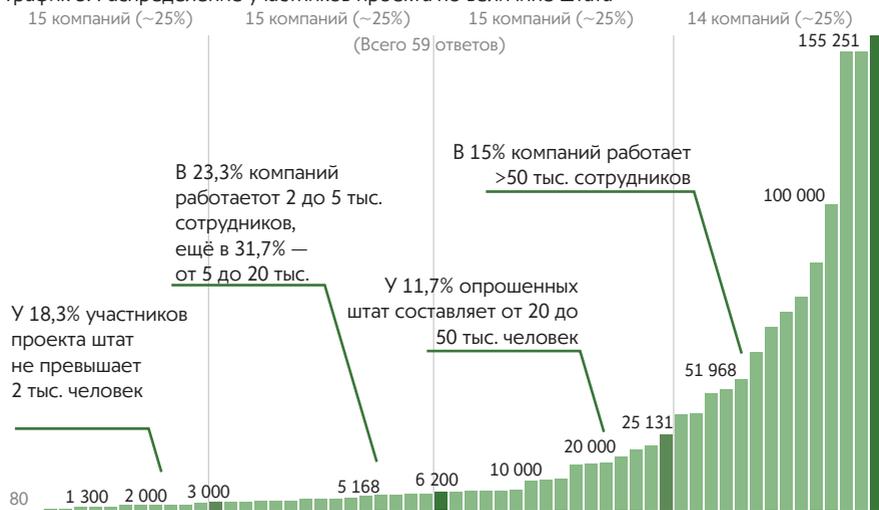
* Здесь и далее в ряде фрагментов текста сравниваются данные настоящего исследования, изучавшего благотворительную деятельность компаний в 2015 г. с информацией предыдущей панели, охватывавшей 2014 г.

График 2. Представители российского и международного бизнеса в разрезе по секторам экономики



Участники проекта в совокупности создают в отечественной экономике более 1,3 млн рабочих мест. Величина штата опрошенных компаний варьируется в широких пределах: от 80 сотрудников до 155 тысяч. При этом у четверти компаний, участвовавших в исследовании, число сотрудников не превышает 3 тыс. чел., у половины — 6 тыс., штат ещё одной четверти организаций составил более 22,5 тыс. работников. Только у 10% респондентов количество сотрудников превышает 50 тыс. человек.

График 3. Распределение участников проекта по величине штата**



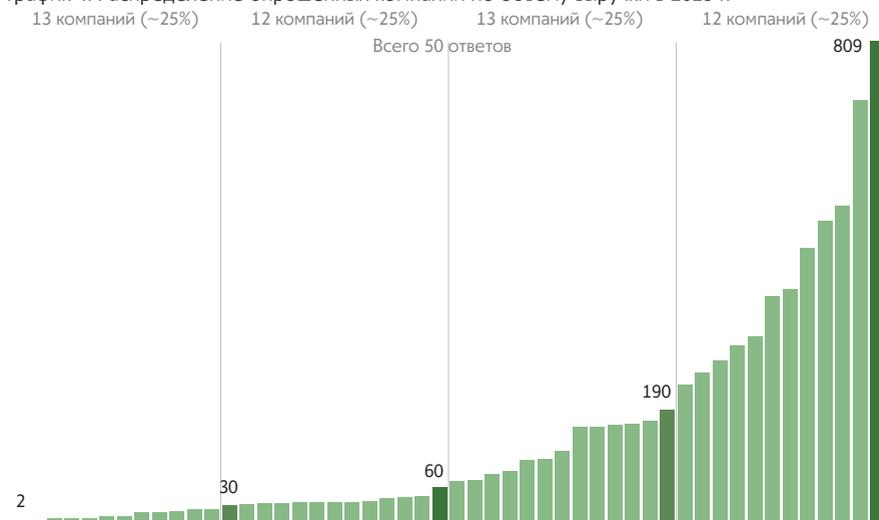
** В международных компаниях учитывались только сотрудники, работающие на территории России.

Данные о денежном обороте участников проекта за 2015 г. раскрыло более 80% опрошенных. Совокупная заявленная выручка этих компаний составила 7,5 трлн руб. Средний показатель — более 65 млрд рублей. Выручка всех участников исследования в разы превосходила нижний порог скрининга респондентов, определённый методикой исследования (100 млн руб.), располагаясь в широких пределах от 2,3 до 808,8 млрд рублей.

Таблица 1. Классификация компаний по критерию объёма выручки в 2015 г.

Общая сумма выручки компании в 2015 г., млрд ₽	Количество компаний	Процент от числа ответивших, %
свыше 550	2	4%
от 350 до 550	5	10%
от 200 до 350	5	10%
от 150 до 200	6	12%
от 50 до 150	8	16%
от 25 до 50	12	24%
от 15 до 25	5	10%
от 5 до 15	5	10%
менее 5	2	4%

График 4. Распределение опрошенных компаний по объёму выручки в 2015 г.



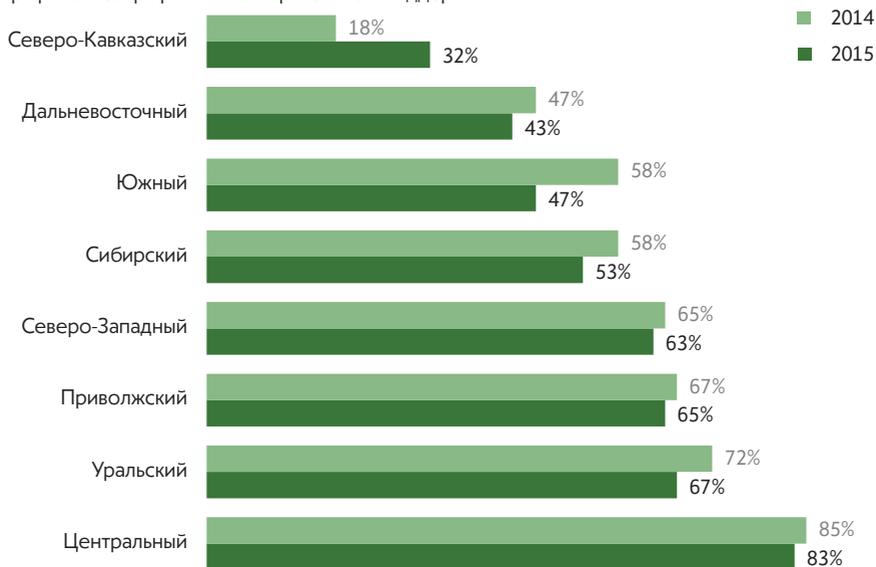
Более половины участников проекта работают на всей территории Российской Федерации. Четверть респондентов осуществляют деятельность на территории нескольких государств. При этом наиболее часто деятельность компаний затрагивает Московский регион, Санкт-Петербург и Ленинградскую область, Свердловскую, Челябинскую области, Ямало-Ненецкий автономный округ.

Исследование продемонстрировало равномерное распределение социальной активности бизнеса по охвату территории страны. Половина участников исследования распространяет благотворительную поддержку менее чем на 50% федеральных округов, остальные — на большую территорию. Каждая пятая компания работает со всеми регионами страны и только семеро из числа опрошенных фокусировались на одном федеральном округе.

География благотворительной поддержки не претерпела существенных изменений по сравнению с прошлым годом. В фокусе внимания участников проекта наиболее часто оказывались благополучатели из Центральной России, Урала и Поволжья. По сравнению с прошлым годом несколько снизилась доля компаний, оказывающих поддержку в Южном федеральном округе, в то время как внимание к находящемуся на последней строчке Северо-Кавказскому региону, напротив, возросло.

Разница в количестве компаний, реализующих благотворительные программы в наиболее и наименее популярных федеральных округах, по сравнению с прошлым годом снизилась на 15%, что позволяет с осторожностью прогнозировать постепенное сглаживание имеющегося дисбаланса поддержки различных территорий. В то же время в 2015 г. 20% компаний продолжали исключать Северо-Кавказский, Дальневосточный и Южный федеральный округа из ареала благотворительной деятельности, то есть работали во всех регионах страны за исключением одной, двух или трёх из вышеупомянутых территорий.

График 5. География благотворительной поддержки



СТРАТЕГИИ КОРПОРАТИВНОЙ ФИЛАНТРОПИИ

Подавляющее большинство участников проекта придерживались сформулированной политики ведения благотворительной деятельности. Только два респондента из 60 ответили, что в их компаниях отсутствует утверждённая стратегия корпоративной филантропии.

Как и в прошлом году, в качестве основного корпоративного акта, регламентирующего деятельность компаний в области социальных инвестиций, наиболее часто упоминалась политика по благотворительности (23). В то же время чаще стали применяться такие документы, как политика или стратегия устойчивого развития (21), положение о благотворительной деятельности (17), социальная политика (17), план реализации благотворительной деятельности (20) и документы корпоративного благотворительного фонда (18). Вместе с тем снизилось количество указаний на положение о благотворительной программе (8). Внутренние документы как носитель благотворительной стратегии перестали быть абсолютным лидером упоминаний, что говорит о стремлении компаний к большей открытости и к стандартизации корпоративного документооборота.

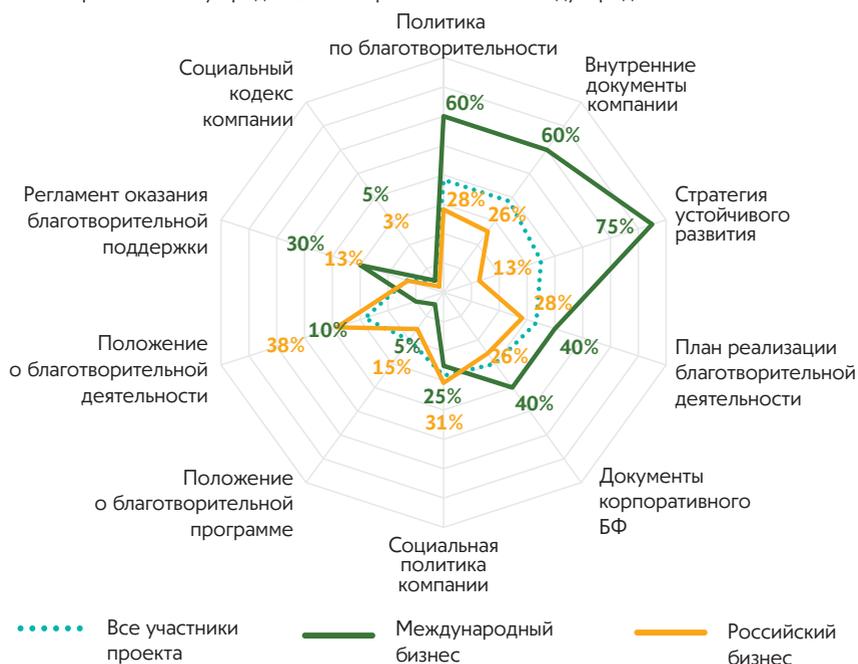
График 6. Формы документирования стратегии корпоративной благотворительности



Интересно, что российские и международные компании используют различные наборы документов, регулирующих социальную деятельность.

Представители международного бизнеса в большинстве случаев формализуют благотворительную стратегию в форме политики устойчивого развития. Этот вариант ответа отметили 75% иностранных компаний, в то время как отечественный бизнес упоминает о нём лишь в 13% случаев. Также среди зарубежных коллег более популярны политика по благотворительности, план реализации благотворительной деятельности, регламент оказания благотворительной поддержки, документы благотворительного фонда и внутренние документы компании. В свою очередь отечественный бизнес чаще ссылается на положения о благотворительной деятельности и благотворительной программе.

График 7. Сравнение форм документирования стратегии корпоративной благотворительности у представителей российского и международного бизнеса



Крупные корпорации (> 180 млрд руб.*) в равной степени активно используют все рассматриваемые виды актов, при этом они значительно

* В качестве критерия величины бизнеса участника проекта был избран показатель общей суммы выручки компании за 2015 г. Группы респондентов, между которыми проводилось сравнение, были выделены по квартилям (равным четвертям) распределения их ответов на соответствующий вопрос. Было выделено 4 группы: компании с годовым объёмом выручки более 180 млрд руб., от 60 до 180 млрд руб., от 30 до 60 млрд руб. и менее 30 млрд руб.

чаще других сегментов применяют комплексы документов разного уровня. Более половины компаний с годовой выручкой от 60 до 180 млрд руб. используют политику по благотворительности. Это единственный документ, который они применяют чаще представителей других сегментов. При этом не нашлось ни одного относящегося к данному кластеру опрошенного, который бы использовал в своей деятельности социальный кодекс. Участники исследования с выручкой от 30 до 60 млрд руб. реже, по сравнению с более крупными компаниями, используют социальную политику, положение о благотворительной программе, план реализации благотворительной деятельности и регламент оказания благотворительной поддержки. Организации с выручкой менее 30 млрд руб. сравнительно часто применяют план реализации благотворительной деятельности и внутренние документы.

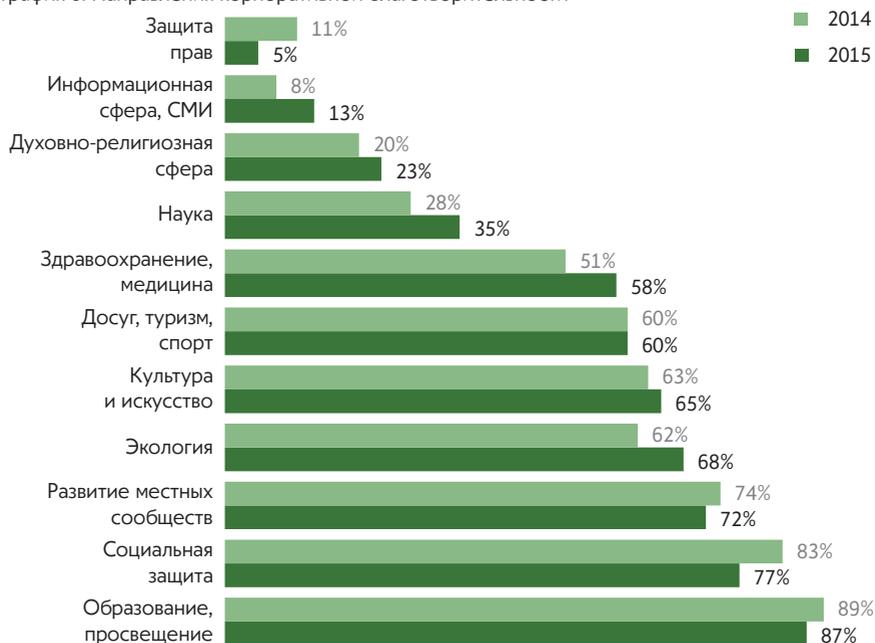
Анализ отраслевого среза показал, что в секторе FMCG чаще других использовалась стратегия устойчивого развития (61%) и политика по благотворительности (54%), в то время как положение о благотворительности, социальный кодекс и регламент оказания благотворительной поддержки не находили своего применения. Предприятия промышленного сектора чаще других применяли положение о благотворительной деятельности (43%) и документы корпоративного благотворительного фонда (38%), существенно реже других секторов — политику устойчивого развития. Компании сектора услуг достаточно часто использовали различные документы за исключением социального кодекса.

Следует отметить, что только у трети опрошенных стратегия благотворительности была сформулирована в единственном документе, практически у 40% — в двух-трёх. Чуть более четверти компаний использовали свыше трёх документов. У каждого пятого участника проекта встречалось сочетание стратегии устойчивого развития и политики по благотворительности, у каждого третьего — в равной степени социальной политики, либо политики по благотворительности с планом реализации благотворительной деятельности.

НАПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНЫХ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ

Распределение благотворительной поддержки по направлениям по сравнению с предыдущим годом не претерпело существенных изменений. В фокусе внимания компаний оставались образование, социальная защита и развитие местных сообществ. Более половины участников проекта также направляли помощь на экологические программы, культуру, медицину и спорт. В этом году ряд участников в качестве отдельных областей указали поддержку социального предпринимательства (4), патриотического воспитания молодёжи (4), помощь коренным малочисленным народам Севера (3).

График 8. Направления корпоративной благотворительности



Почти половина участников проекта оказывали поддержку одновременно 5 — 7 направлениям, четверть фокусировались на 2 — 4 областях, каждый пятый (13) распределял внимание на 8 — 9 векторов. Концентрацию усилий только на одном направлении отметил лишь один участник исследования.

Сочетания направлений социальных инвестиций у компаний, как правило, не повторялись. Можно выделить только одну значимую группу респондентов (10%) со схожим ареалом поддержки, включающим в себя программы в области здравоохранения, образования, культуры, спорта, экологии и социальной защиты, а также помощь местным сообществам.

Представители как российского, так и международного бизнеса в равной степени активно работали практически во всех рассматриваемых областях. Особняком стояли программы духовно-религиозной направленности, находившиеся в фокусе внимания исключительно отечественного бизнеса. Кроме них российские компании сравнительно чаще инвестировали в здравоохранение, спорт, науку, культуру и социальную защиту, международные — в сферу экологии и местные сообщества.

Анализ по секторам экономики демонстрирует фокусировку производителей товаров повседневного спроса на образовании, экологии, социальной

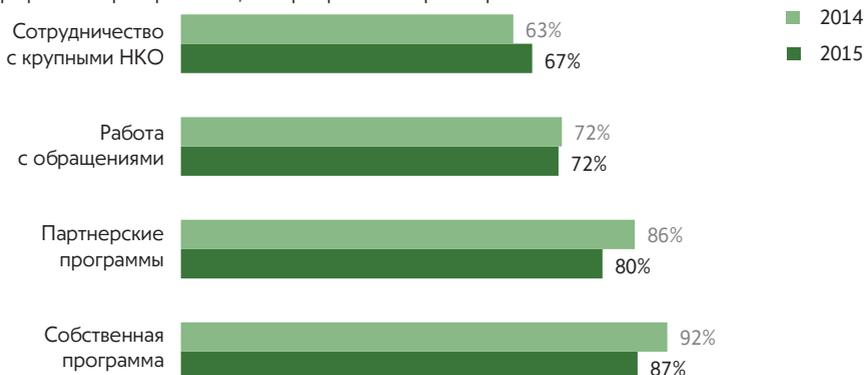
защите и развитии местных сообществ. Компании сектора услуг были также активны в первых трёх направлениях, а кроме этого — в областях медицины и спорта. Предприятия промышленно-сырьевого сектора являлись эксклюзивными* донорами проектов духовно-религиозной тематики и активно поддерживали программы в сферах образования, экологии, культуры и искусства.

ФОРМЫ РЕАЛИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ ФИЛАНТРОПИИ

Как и в предыдущем году, наиболее часто используемыми формами реализации благотворительной деятельности стали собственная программа (52) и партнёрские проекты (48). Работа с обращениями (43), в 2014 г. показавшая после понижательной тенденции неожиданный рост, прочно зафиксировалась на третьей позиции.

Следует отметить, что лишь четверо из 60 опрошенных использовали единственную форму реализации корпоративной филантропии. При этом только в одном случае она представляла собой собственную программу, в оставшихся трёх — присоединение к программам некоммерческих организаций. Подавляющее большинство (46) применяли в своей деятельности комплекс, состоящий из трёх или четырёх форм. Ни собственная, ни партнёрская программы практически не использовались компаниями в отдельности, но либо в сочетании с третьей формой: работой с обращениями (12), участием в программах НКО (6), либо в сочетании всех четырёх форм одновременно (23).

График 9. Формы реализации корпоративной филантропии



Как и в прошлом году, участники исследования активно привлекали временной и финансовый ресурс собственного персонала — волонтёрские программы оставались лидером среди рассматриваемых элементов благотворительной деятельности (55). За ними следовали сборы частных пожертвований сотрудников (48), частота проведения которых по срав-

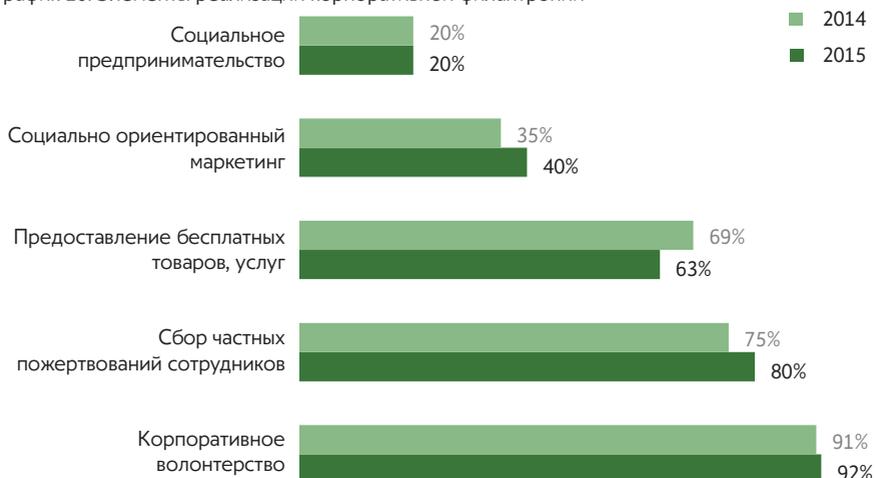
* Среди участников настоящего исследования.

нению с прошлым годом ожидаемо увеличилась на 5%. Во время мониторинга, проводившегося на протяжении всего прошлого года**, многие компании неоднократно отмечали эти два инструмента в качестве способов сохранения существующих долгосрочных программ.

Нередко респонденты предлагали собственные, не охваченные анкетой, формулировки элементов благотворительных программ. Среди них наиболее часто упоминались социальное партнёрство (4) и поддержка инфраструктурных, в том числе образовательных*** проектов (3). Как правило, участники исследования использовали набор из трёх-четырёх инструментов (41), редко только один или одновременно все перечисленные (1). Из трёх компаний, внедривших в свою деятельность единственный элемент, две развивали корпоративное волонтерство, третья — социально ориентированный маркетинг.

Почти 80% опрошенных одновременно применяли в своей практике волонтерство и сбор пожертвований сотрудников. Только для пяти из них это были единственные из используемых подходов. Значительно чаще они сочетались с предоставлением бесплатных товаров или услуг (36), социально ориентированным маркетингом (19), реже — с социальным предпринимательством (8).

График 10. Элементы реализации корпоративной филантропии



** «Барометр кризиса» — совместный проект Форума Доноров и АМР.

*** В данном контексте речь идёт о программах обучения партнёрских НКО и благополучателей с целью повышения эффективности совместно реализуемых благотворительных программ.

Интересно, что представители российского бизнеса на треть чаще распределяли поддержку по обращениям благополучателей, использовали инструменты сбора частных пожертвований персонала и предоставления бесплатных товаров (услуг), в то время как международные компании активнее применяли программы корпоративного волонтерства (все опрошенные представители международного бизнеса имели собственные добровольческие программы).

Предприятия промышленно-сырьевого сектора в два раза чаще использовали в своей деятельности работу с обращениями, нежели компании сферы услуг и на 30% чаще производителей товаров повседневного спроса. Кроме этого, они существенно реже сотрудничали с крупными федеральными НКО. Во многом это обусловлено высокой связью производств с регионами присутствия и сопутствующим приоритетом поддержки местных сообществ. Кроме того, далеко не во всех регионах достаточно развита инфраструктура некоммерческого сектора, что заставляет бизнес брать на себя функцию ресурсного центра.

Ожидаемо, что промышленно-сырьевые компании, являясь, как правило, представителями B2B-сектора, редко использовали социально ориентированный маркетинг. Следует также отметить сравнительно низкую, по сравнению с другими секторами, частоту использования производителями товаров повседневного спроса инструмента сборов частных пожертвований сотрудников.

Крупнейшие корпорации (> 180 млрд руб.) чаще сотрудничали с крупными федеральными НКО и, возможно, в силу специфики своего бизнеса, реже других компаний предоставляли бесплатные товары или услуги. Среди участников проекта не было ни одной компании, с выручкой от 60 до 180 млрд руб., в практике которой отсутствовали бы собственная благотворительная программа или инструмент корпоративного волонтерства.

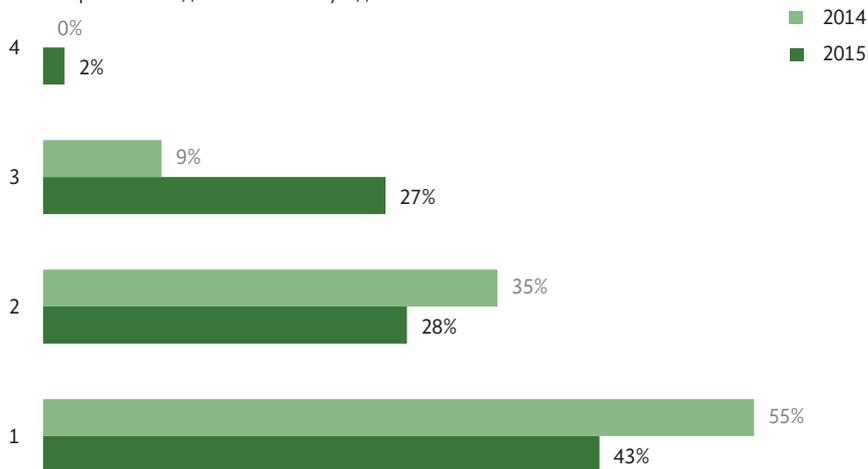
В нынешнем исследовании впервые был задан вопрос об использовании компаниями в своей деятельности грантовых конкурсов. В целом этот инструмент применяло более 40% участников проекта, причём представители международного бизнеса пользовались им несколько чаще своих российских коллег (43% и 33% соответственно). Компании сектора услуг применяли конкурсные процедуры вдвое реже, чем промышленно-сырьевые и производители товаров повседневного спроса, а крупнейшие корпорации — в два раза чаще компаний с меньшим годовым объёмом выручки.

УПРАВЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬЮ

По сравнению с предыдущим годом произошло усложнение структуры управления корпоративной филантропией, увеличилось число уровней и субъектов менеджмента в рамках одной организации. Количество компаний, имеющих в своей корпоративной структуре только один субъект

управления, сократилось на 12%, два — на 7%. При этом на 17% выросло число организаций, использующих систему из трёх органов управления. Один из участников проекта отметил, что в его компании функционирует комплекс из четырёх центров, ответственных за координацию благотворительной деятельности. Вместе с тем у каждого пятого из опрошенных управлением благотворительностью занималось одно специализированное подразделение, а у каждого десятого — координация социальных проектов являлась лишь частью функционала отдельного сотрудника.

График 11. Количество органов управления благотворительной деятельностью у одной компании

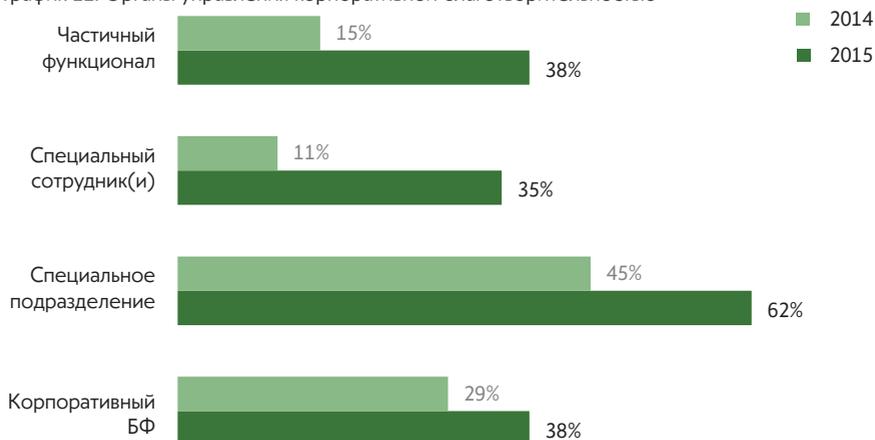


Исследование продолжает фиксировать углубление профессионализации корпоративной филантропии, выраженное в положительной динамике всех типов управления. По сравнению с предыдущим периодом число специализированных структурных подразделений возросло на 17%, корпоративных благотворительных фондов — на 9%.

В последние несколько лет была ярко выражена тенденция по сокращению числа компаний, в которых курирование благотворительных программ входило в полные, либо частичные обязанности отдельного специалиста. Она была связана с разрастанием функционала и замещением профильных сотрудников соответствующим структурным подразделением. Исследование этого года продемонстрировало возвращение к росту числа работников, полностью или частично занятых в корпоративной филантропии, но при этом не входящих в специализированные управления, департаменты или отделы. Они представляют новый класс специалистов, работающих на фоне и во взаимодействии с уже существующими профильными подразделениями по вопросам благотворительности или корпоратив-

ными благотворительными фондами. Как правило, они либо входят в штат обособленных подразделений компании и ответственны за реализацию проектов на местах, либо работают в смежных структурах и выполняют по отношению к специализированному подразделению сервисные функции, профильные для их основного отдела, либо курируют корпоративные волонтерские программы на безвозмездной основе.

График 12. Органы управления корпоративной благотворительностью



Представители международного бизнеса продемонстрировали более сложную по сравнению с российскими коллегами структуру управления. Ответственность за благотворительную деятельность компании у них была в среднем распределена между 1,9 субъектами управления, в то время как у отечественного бизнеса соответствующий показатель составил 1,6.

Трое из четверых представителей международного бизнеса и половина российских компаний имели в своей структуре подразделения, специализирующиеся на вопросах корпоративной филантропии. В международных компаниях вдвое чаще благотворительность находилась в зоне ответственности отдельного специалиста, в то время как в российских она чаще являлась лишь частью обязанностей работников.

Предприятия промышленно-сырьевого сектора задействовали в своей структуре менеджмента в среднем 2,1 субъекта управления, в то время как организации сферы услуг — только 1,3. Промышленные компании вдвое чаще других имели собственные благотворительные фонды. На фоне этого на самом предприятии в 60% случаев благотворительность являлась лишь частью обязанностей отдельного работника (или работников). Представители сектора услуг в два раза реже остальных выделяли в своей организационной структуре профильные подразделения по вопросам благотворительности. Производители товаров повседневного спроса чаще остальных

(и вдвое чаще промышленных предприятий) содержали в штате отдельного профильного специалиста.

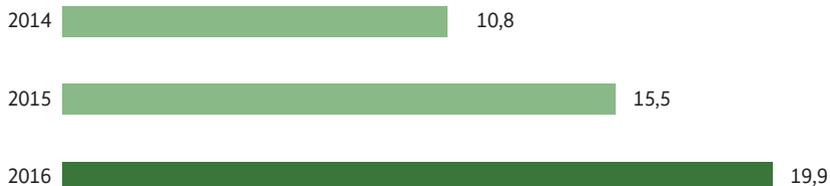
В более чем половине компаний с годовой выручкой более 30 млрд руб. функционировали собственные профильные подразделения — вдвое чаще, чем у менее крупных организаций. Также у них сравнительно редко вопросами благотворительности занимался отдельный сотрудник. Наряду с этим практически у половины участников проекта с выручкой от 30 до 180 млрд руб. работал корпоративный благотворительный фонд. При этом в основной компании вопросы благотворительности входили в обязанности сотрудника лишь частично. В крупнейших корпорациях (> 180 млрд руб.) привлечение сотрудников, для которых вопросы благотворительности являлись лишь частью их функционала, встречалось в 3–4 раза реже, чем в остальных сегментах.

ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Социальные инвестиции подавляющего большинства участников проекта (56) выражались в денежной форме. При этом 22 организации использовали только денежные пожертвования, столько же сочетало их с натуральной помощью, а трое — с предоставлением услуг компании или времени сотрудников. Девять опрошенных предоставляли благополучателям все три типа помощи, а деятельность одной компании сочетала только натуральные пожертвования и услуги.

В этом году благотворительные бюджеты раскрыли 56 участников исследования из 60 или 93% респондентов, что является лучшим результатом за последние три года. Совокупный объём расходов компаний на благотворительность в 2015 г. составил почти 20 млрд рублей, что также является своеобразным рекордом проекта.

График 13. Совокупные благотворительные бюджеты участников проекта, млрд Р

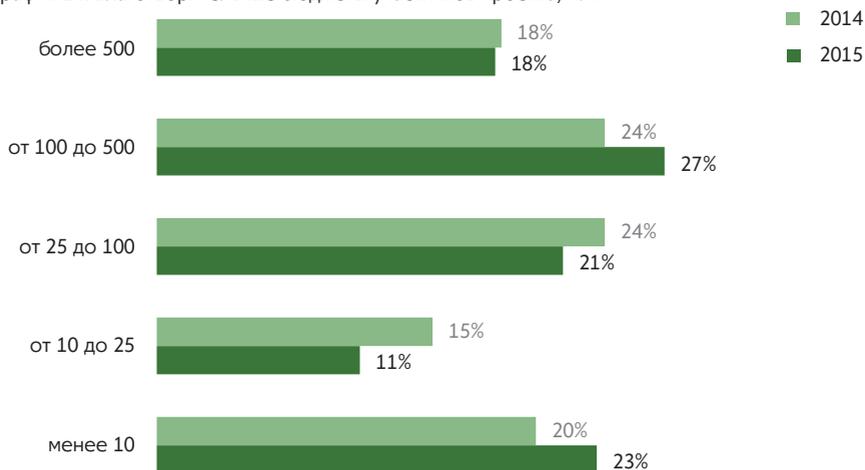


Максимальный объём финансирования благотворительных программ в размере 7 млрд руб. был заявлен ПАО «ГМК «Норильский никель». Это наивысший показатель за все годы проведения опроса. Второй по величине бюджет, — принадлежащий ОАО «ФосАгро» — составил 1,5 млрд руб. Социальные инвестиции ПАО «АФК «Система» и компании ЕВРАЗ также превзошли миллиардный рубеж.

У четверти участников проекта благотворительные бюджеты превысили 334 млн руб., средняя организация-респондент тратила на социальные проекты около 70 млн руб., каждая из ещё 25% опрошенных компаний инвестировала в социальное развитие не более 16 млн руб.

Исследование не зафиксировало существенной динамики расходов на благотворительность. По сравнению с предыдущим годом незначительно увеличилось количество компаний с бюджетами до 10 млн руб. и от 100 до 500 млн руб., снизилось число организаций с бюджетами от 10 до 100 млн руб.

График 14. Благотворительные бюджеты участников проекта, млн Р



Анализ средних размеров бюджета в разрезе наиболее представленных в исследовании отраслей показал, что в 2015 году лидерами по этому показателю являлись горнодобывающие компании, социальные инвестиции которых в среднем составили по 365 млн рублей.

Таблица 2. Средние расходы на благотворительность по отраслям

Отрасль	Среднее значение	Доля к выручке
Горнодобывающая промышленность	365 млн Р	0,35%
Пищевая промышленность	151 млн Р	0,13%
Финансы	63 млн Р	0,10%
Розничная торговля	51 млн Р	0,08%

Более трёх четвертей опрошенных указали на то, что благотворительные бюджеты в их организациях утверждались на год фиксированной суммой, в четырёх компаниях они зависели от прибыли и формировались по принципу фиксированного процента. Только в одной компании бюджетирование отсутствовало и средства выделялись исключительно по запросам.

Некоторые участники исследования использовали смешанные формы формирования бюджетов. Пять компаний при наличии фиксированного бюджета выделяли средства и по запросам. Это происходило по различным причинам. В ряде примеров в компаниях функционировало несколько центров управления благотворительной деятельностью, придерживавшихся различных политик финансового управления. В других случаях средства могли выделяться сверх утверждённого бюджета на новые программы при их появлении в течение года, либо на софинансирование волонтерских проектов сотрудников.

Очевидно, что с повышением масштаба бизнеса средние расходы компаний на филантропию также увеличивались. Однако в существенно большей степени усиливалась вариация размеров благотворительных бюджетов организаций с одинаковым или близким объёмом выручки. График 15 наглядно демонстрирует, что увеличение размеров бизнеса приводит (при допущении, что компании прибыльны) к расширению потенциала благотворительной деятельности той или иной организации*, реализация которого в первую очередь зависит от ценностных установок владельцев и менеджмента, принятой в компании политики корпоративной филантропии.

График 15. Зависимость размера благотворительного бюджета от выручки компаний



В среднем среди участников исследования расходы на благотворительность составляли 0,08% годового объёма их выручки. По данному критерию можно выделить шесть групп компаний, данные о которых приведены в таблице.

* Низкая корреляция ($r=0,384$) объёмов годовой выручки и благотворительных бюджетов компаний также указывает на слабую взаимосвязь этих параметров.

Таблица 3. Соотношение благотворительного бюджета и выручки компании

Доля благотворительного бюджета от общей выручки компании в 2015 г., %	Количество компаний	Процент от числа ответивших, %
свыше 1	3	6%
от 0,3 до 1	8	17%
от 0,1 до 0,3	11	23%
от 0,05 до 0,1	11	23%
от 0,01 до 0,05	10	21%
менее 0,01	5	10%

Треть компаний учитывала при расчёте благотворительных бюджетов административные расходы, что чуть выше соответствующего показателя прошлого года. В среднем они составляли 4,7% ежегодного объёма социальных инвестиций. Бюджеты 22 компаний включали в себя расходы на мониторинг и оценку благотворительной деятельности, что на 3% превышает аналогичные данные 2014 г.

Восемь из десяти участников проекта в 2015 году использовали практику сбора частных пожертвований сотрудников. 92% из числа компаний, раскрывших информацию о форме пожертвований, привлекали их в денежной форме, 8% — в натуральной. Учёт денежных пожертвований сотрудников вели 86% компаний, проводивших их сбор.

График 16. Форма, учёт и раскрытие информации о сборах частных пожертвований сотрудников



Информацию об объёме сборов раскрыли 28 компаний (47% от общего числа опрошенных или 90% от числа компаний, осуществлявших учёт собираемых денежных пожертвований). Общая сумма их сборов превысила 103 млн руб., что на 13% выше соответствующего показателя предыдущего года. Максимальный объём денежных средств был привлечён Банковской группой «ЗЕНИТ». Он составил 56,7 млн руб. Второй по величине показатель принадлежит ОК «РУСАЛ» — более 11 млн руб. В среднем компании, открывшие данные об объёмах привлечённых пожертвований, собрали в 2015 г. по 585 тыс. рублей.

По отношению к размеру корпоративного благотворительного бюджета объём аккумулированных денежных средств сотрудников составлял в среднем около 2%. При этом у 43% раскрывших информацию респондентов объёмы сборов не превышали 1% корпоративных расходов на филантропию, ещё у 32% — колебались в пределах от 1 до 10%, у 18% составили от 10 до 30%. У двоих участников исследования объём сборов частных пожертвований сотрудников приблизился к половине благотворительного бюджета компании. Исследование не выявило значимой взаимозависимости между показателями размера корпоративных социальных инвестиций и объёмом сборов денежных пожертвований сотрудников. То есть рост благотворительного бюджета компании не сопровождался соответствующим увеличением объёма денежных пожертвований её работников и наоборот.

График 17. Объём сборов частных пожертвований сотрудников в 2015 г.



СТАТУС И РОЛЬ ОЦЕНКИ В КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

Рассматриваемый 2015 год был объявлен Международным годом оценки, что способствовало усилению внимания к этому аспекту управления корпоративной благотворительностью. Работа в этом направлении началась в марте 2015 года с формулирования документа под названием «Позиция Форума Доноров по развитию культуры оценки в донорском сообществе», в котором впервые в практике российской благотворительности были заданы основные направления развития этой деятельности. Осознавая

все многообразие подходов к определению оценки, российские доноры оказались едины во мнении, что «оценка — это непрерывный процесс получения новых знаний о реализуемых программах и проектах и возможность для улучшения благотворительной деятельности». Данное определение смещает акценты оценочной деятельности с контролирующих и проверяющих функций, традиционно ассоциирующихся с оценкой, на те, что позволяют в полной мере использовать богатейший потенциал опыта и знаний для совершенствования деятельности как самих донорских организаций, так и их грантополучателей.

В документе также были сформулированы основные направления приложения усилий донорского сообщества, позволяющие и в дальнейшем продвигать культуру оценки в некоммерческом секторе:

- интеграция оценки в деятельность донорских организаций;
- повышение полезности оценки, практическое использование её результатов;
- создание возможностей для роста компетентности в области оценки;
- соблюдение и продвижение профессиональных принципов и стандартов.

Что касается практического использования оценки как инструмента управления своей благотворительной деятельностью, то, так же как и в 2013-14 годах, подавляющее большинство компаний (97%), принимавших участие в исследовании, положительно ответили на вопрос о том, проводят ли они оценку своей благотворительной деятельности. Эта цифра ещё раз подтверждает тот факт, что именно корпоративные доноры являются лидерами в использовании данного инструмента управления. Несмотря на то, что коллеги по сектору, частные и фандрайзинговые фонды, фонды местных сообществ и фонды целевого капитала, также обращаются к этой практике, они делают это реже, чем корпоративные доноры.

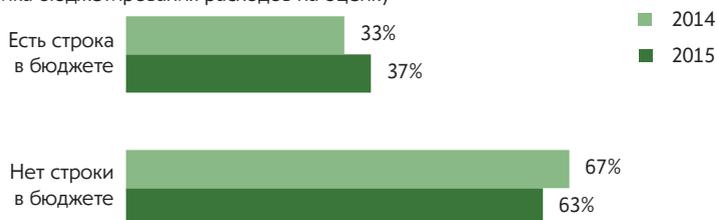
График 18. Использование оценки в практике различных донорских организаций



При этом расходы на проведение оценки в бюджет закладывают далеко не все компании, положительно ответившие об использовании оценки

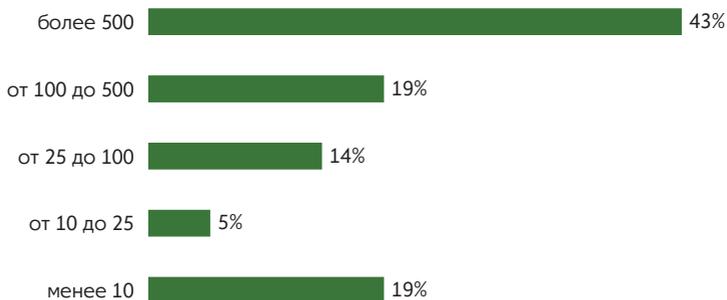
своей благотворительной деятельности. В 2015 году лишь 37% от общего числа участников конкурса ответили, что предусматривают подобные расходы в своём бюджете, тогда как у оставшихся 63% такого рода расходы либо вообще не предусмотрены, либо их невозможно идентифицировать в общем бюджете благотворительных программ и проектов. В целом, если сравнивать с предыдущими периодами, ситуация с бюджетированием расходов на оценку изменилась в лучшую сторону, хотя значительными эти изменения называть было бы преждевременно.

График 19. Практика бюджетирования расходов на оценку



Среди участников проекта, заложивших в бюджет расходы на оценку, большинство составили компании, чей благотворительный бюджет превышает 500 млн руб.

График 20. Наличие бюджета на оценку в зависимости от объёма социальных инвестиций компании, млн Р



Так же как и в предыдущем периоде, в 2015 году большинство компаний, предусматривающих эти расходы в своём бюджете, осуществляют свою корпоративную деятельность через специальные подразделения (75% от общего числа положительно ответивших на вопрос), а отнюдь 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.

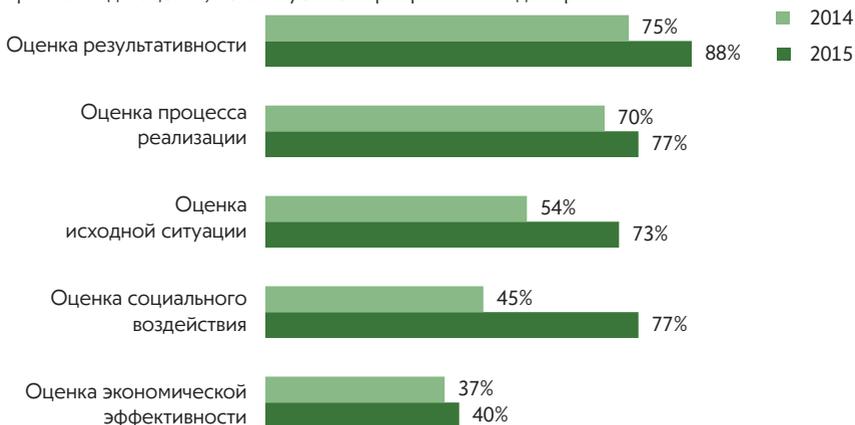
Используя оценку в качестве инструмента управления своими благотворительными программами и проектами, чаще всего компании обращались

к оценке результативности (88%). При этом измерители, используемые большинством компаний, так же как и в предыдущем году, по факту мало что могут сказать о реально достигнутых результатах, а скорее характеризуют масштаб осуществляемой благотворительной деятельности. В их числе «количество благополучателей программы (проекта)», «количество реализованных проектов», «количество городов, на территории которых была реализована программа» и «количество проведённых мероприятий».

Значительно чаще, чем в предыдущие годы, в 2015 году компании стали обращаться к такому виду оценки как оценка социального воздействия (77%). 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».

Более востребованной стала и оценка исходной ситуации, которая осуществляется в тот момент, когда разработан дизайн программы, то есть определены её цели и задачи, сформулированы ожидаемые результаты и разработаны индикаторы, позволяющие отслеживать своевременность и полноту достижения результатов. В 2015 году её проводили более 70% компаний от общего числа участников конкурса. Данный вид оценки позволяет произвести необходимые замеры, обеспечивающие точку отсчёта и базу для сравнения в будущем.

График 21. Виды оценки, используемые корпоративными донорами



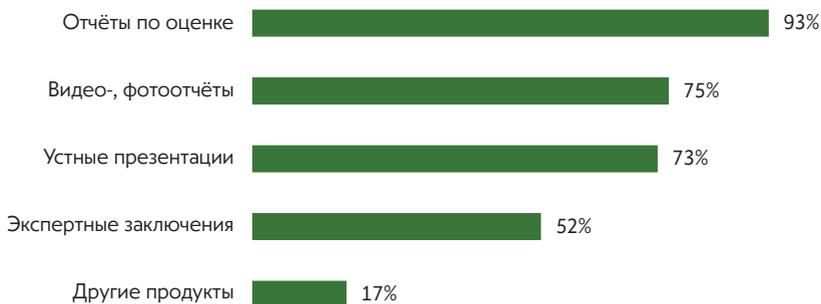
Реже всего участники исследования проводили оценку экономической эффективности. К ней обратились более трети всех компаний, участвовавших в конкурсе. При этом лишь 23% от общего числа участников отметили,

что они используют такие индикаторы как «объёмы вложенных средств» и «процент исполнения бюджета благотворительных программ и проектов».

Как и в предыдущие годы, более половины компаний, использовавших оценку в качестве инструмента управления своими благотворительными программами и проектами, привлекало для её проведения внешних экспертов. Интересно отметить, что по сравнению с двумя предыдущими годами, в 2015 году наблюдался рост спроса на эти услуги: если в 2014 году компаний, использовавших услуги внешних экспертов, было порядка 52%, то в 2015 году положительный ответ на этот вопрос дали уже 68% респондентов. Если сравнивать эту цифру с общей тенденцией по сектору донорских организаций, то она чуть выше средней, составляющей 63%. При этом по сравнению с опытом своих коллег по сектору бизнес отмечает более высокий уровень удовлетворённости практикой взаимодействия с внешними экспертами по оценке.

Стараясь сделать результаты оценки максимально полезными для разных групп стейкхолдеров, компании продолжали обращаться к продуктам разной степени интерактивности: видео и фотоотчётам, устным презентациям, отчётам по оценке. Последние, по сравнению с итогами прошлого года, вышли в число продуктов-лидеров, составив 93%, тогда как в 2014 году они находились лишь на третьем месте, пропустив вперёд такие формы, как устные презентации, фото и видеоотчёты.

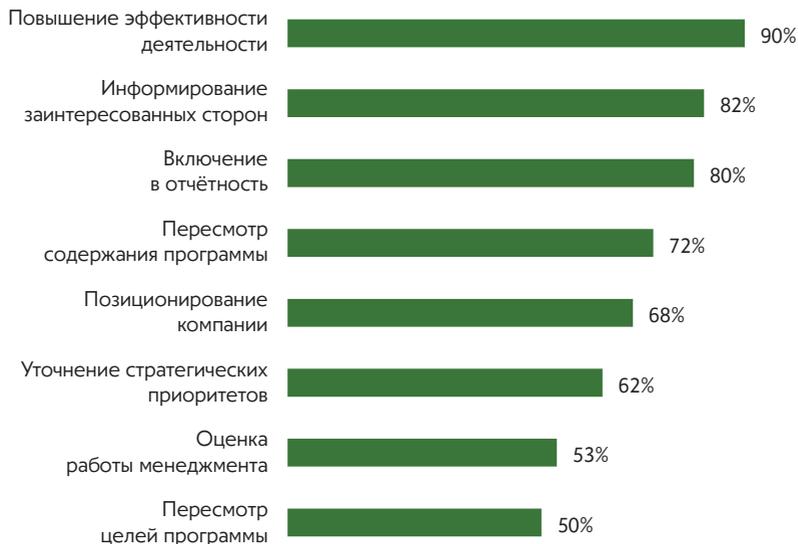
График 22. Продукты по результатам оценки



В качестве других продуктов оценки отдельные компании также заказывают экспертные заключения, исполнительные резюме по результатам оценки для представления акционерам компании, рекомендации, протоколы встреч и материалы, которые могут быть использованы для включения в корпоративную социальную отчётность.

Отвечая на вопрос об использовании результатов оценки корпоративных благотворительных программ, большинство компаний отметили, что в первую очередь они проводят оценку для повышения эффективности программ и проектов в будущем, информирования стейкхолдеров о результатах благотворительной деятельности, использования в отчётности.

График 23. Использование результатов оценки



ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА

Участие компаний в проекте является практическим и весомым подтверждением их информационной открытости. Объем структурированной информации, которую участники конкурса ежегодно представляют для экспертизы шире представленной в настоящем исследовании.

Вместе с тем компании в 2015 году демонстрировали различный уровень готовности не только рассказывать о реализованных программах, но также делиться опытом и участвовать в развитии сектора. Значительная часть респондентов достаточно активно использовала профессиональные площадки: 55 из 60 компаний участвовали в мероприятиях, посвящённых вопросам корпоративной благотворительности. При этом лишь 48 из них целенаправленно использовали такого рода инструмент для распространения информации о своих социальных программах. Более половины опрошенных выбрали роль активного участника — модератора или спикера дискуссий и семинаров, а ещё около трети — были готовы формировать повестку подобных встреч либо выступать в качестве финансовых партнёров. Непосредственными организаторами подобных событий стали 13 компаний.

График 24. Степень активности участников проекта в профессиональных мероприятиях



Комментируя свои ответы, участники исследования в качестве примеров приводили не только такие известные площадки, как конференции Форума Доноров или газеты «Ведомости», форум «Корпоративное волонтерство» или конкурс People Investor, встречи по благотворительности АКМР и РСПП, мероприятия института МИРБИС и дискуссии в ОПРФ, но также и многочисленные мероприятия в различных регионах страны. Интерес к региональным событиям объясняется не только вниманием компаний к жизни в ареалах присутствия их бизнеса. Он также связан с ростом количества и качества региональных конференций и форумов, появлению регулярных площадок, инициированных, в том числе, при участии крупных компаний.

Основными источниками распространения информации о социальной активности бизнеса остаются корпоративные сайты и средства массовой информации. При этом обновление информации обычно происходит несколько раз в месяц. Лишь пятеро респондентов отметили, что публикуют свежую информацию не чаще 4 — 6 раз в год, а четверо из опрошенных заявили, что новости на сайте появляются в зависимости от появления информационных поводов. Вместе с тем многие компании заявили об увеличении своей активности в социальных сетях (как правило в Facebook и ВКонтакте).

Важно отметить, что в качестве стабильных информационных каналов часто приводились региональные и интернет-издания, в том числе специализированные и отраслевые СМИ.

График 25. Каналы распространения информации о благотворительной деятельности



Наиболее полным и подробным источником информации о деятельности бизнеса в социальной сфере остаётся нефинансовая отчётность. По данным исследования 51 компания из 60 регулярно формирует такую отчётность, при этом треть всех участников (в том числе 13 представителей российского бизнеса и 7 международных компаний) готовят два вида материалов: либо годовой и социальный отчёты, либо годовой отчёт и отчёт об устойчивом развитии.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты проведённого исследования позволяют говорить о том, что социальные программы крупного бизнеса (во всяком случае, в части лидеров сектора) оказались в меньшей степени зависимы от изменений внешней среды, чем прогнозировали эксперты. Сектор продемонстрировал устойчивость, способность к адаптации и развитию в сложных условиях. Опасения, связанные с серьёзным и массовым сокращением бюджетов на благотворительность и переоценкой приоритетов, в результате которых количество программ и направлений деятельности у каждого из доноров должно было заметно сократиться, не получили эмпирического подтверждения.

Компании прилагали заметные усилия для сохранения и развития существующих проектов, активно внедряли альтернативные способы мобилизации ресурсов, пробовали новые инструменты организации и управления

благотворительной деятельностью, способные повысить её эффективность и социальный эффект.

В этом контексте рост интереса к теме оценки результативности и социального воздействия корпоративной филантропии, поддержанный значительным числом тематических мероприятий, проводившихся в 2015 году в рамках Международного года оценки, приобрёл дополнительный импульс. Как следствие — практика применения инструмента оценки постепенно становится нормой управления корпоративными благотворительными программами.

Значимым фактом стало широкое применение компаниями практики проведения грантовых конкурсов. Специфика инструмента позволяет повысить качество отбора проектов, включить в процесс максимальное количество заинтересованных сторон, расширить географию благотворительной деятельности. Т.е. решить задачи, актуальные для существенного сегмента корпоративных доноров. Внимание к регионам остаётся значимым трендом последних лет, поэтому неудивительно, что анализ практически всех составляющих благотворительной деятельности — от организации управленческого процесса до распространения информации — подтверждает главенствование этой темы. В 2015 г. интерес к региональным мероприятиям — конференциям, благотворительным акциям, волонёрским проектам — продолжал расти не только у бизнеса, но и у других заинтересованных сторон, в том числе и у ряда средств массовой информации. В этом контексте характерным и логичным видится постепенное выравнивание интереса компаний к работе с различными регионами страны, сокращение разрыва между количеством программ в наиболее и наименее охваченных благотворительной поддержкой федеральных округах.

В заключение вернёмся к теме информационной открытости — одной из самых обсуждаемых как на крупных дискуссионных площадках, так и в кулуарах сектора. В этом году информацию о размере корпоративных бюджетов и другие запрашиваемые финансовые данные раскрыло наибольшее за историю конкурса число компаний-участников. Это практический ответ бизнеса на существующий запрос о прозрачности, сигнал о готовности компаний открыто и публично обсуждать свой вклад в социальное развитие общества.

Проведённое исследование показало, что 2015 год стал непростым испытанием как для бизнеса, так и для некоммерческого сектора. Внимание компаний было сфокусировано на сохранении и адаптации действующих благотворительных программ. В нынешнем году внешний фон несколько стабилизировался, произошло привыкание к новым условиям и вопросы эффективности и результативности социальных проектов постепенно вытесняют антикризисную риторику. В этой связи в исследовании следующего года мы рассчитываем и надеемся увидеть как количественное, так и качественное развитие сектора, которое, мы уверены, первыми покажут его лидеры — Лидеры корпоративной благотворительности.

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 БАЛЛЬНОЙ 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% балльной 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 балльной 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 и формирует ранжирование.

ИТОГИ



ОБЩИЙ РЭНКИНГ



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 корпоративной
благотворительности и принципы социальных инвестиций компании»**
Партнер номинации: Российский союз промышленников и предпринимателей



«Лучшая программа (проект), способствующая развитию волонтерства в России»
Партнер номинации: Международный форум лидеров бизнеса (IBLF)



**«Лучшая программа (проект), способствующая развитию образования
в Российской Федерации»**

Партнер номинации: Высшая школа менеджмента
Санкт-Петербургского государственного университета



«Лучшая программа (проект), направленная на поддержку современного искусства и культуры»
Партнер номинации: Британский Совет

«Сахалин Энерджи»	«Дж. Т. И. Россия»	«ФосАгро»	«Эксон Нефтегаз Лимитед»
2	1	3	3
«Сохранение и популяризация культурного и языкового наследия сахалинских нивхов»	Инклюзивные программы музея современного искусства «Гараж»	«Визитная карточка города»	«Возрождение нивхского языка»

«Лучшая программа (проект), реализованная в партнерстве с другим бизнесом»
Партнер номинации: Форум Доноров

ОМК	АО «Катрен»
2	1
Программа вовлечения в благотворительную и добровольческую деятельность бизнес-партнера АО «ОМК» — ПАО АКБ «Металлинвестбанк»	«Здоровая семья»

«Лучшая программа, направленная на продвижение идей благотворительности в обществе»
Партнер номинации: Центр «Благосфера»

«Норильский никель»	Mail.Ru Group
2	2
«Мир новых возможностей»	Исследование «Помощь взрослым в России»

СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРИЗЫ

За концепцию
и стратегию
корпоративной
благотворительности

Катрен

За эффективность
управления
благотворительными
программами

ТМК

Специальный приз
АНО «Эволюция
и Филантропия»
«За подход к оценке
социальных результатов
благотворительных
проектов и программ»

Алкоа*

За информационную
открытость

Nestle

Специальный приз
газеты «Ведомости»
«За наибольший
прогресс»

ПепсиКо

ТОП 10 РЭНКИНГА 2016

1. Сахалин Энерджи
2. СУЭК
3. АФК «Система»
4. Ростелеком
5. ПепсиКо
6. Норильский никель
7. ОМК
8. РУСАЛ
9. МегаФон
10. JTI

СПИСОК УЧАСТНИКОВ ПРОЕКТА

«Лидеры корпоративной благотворительности — 2016»

Efes Rus	Волжский трубный завод	Ростелеком
EN+ Group	Компьюлинк	РУСАЛ
HEINEKEN	Группа ЛСР	Русская медная компания
JTI	Делойт	Русский Стандарт
LG	Детский мир	Сахалин Энерджи
Mail.ru	Дикси	Северский трубный завод
MAYKOR	Дойче Банк	Синарский трубный завод
Nestle	ЕВРАЗ	Ситибанк
P&G	ЕвроХим	Содексо
QIWI	Катрен	СУЭК
Samsung	М.Видео	Таганрогский металлургический завод
Unilever	МегаФон	Титан
X5 Retail Group	Международный аэропорт	ТМК
АБС Электро	Шереметьево	ТрансФин-М
Алкоа*	Мон'дэлис	УРАЛХИМ
Амвэй	МТС	Филип Моррис
АФК «Система»	Национальный расчетный депозитарий	ФосАгро
Ашан	Норильский никель	Эксон
Банк «АК БАРС»	ОМК	Энел Россия
Банк ВТБ 24	ПепсиКо	ЮниКредит Банк
Банк ЗЕНИТ		

* с 01.11.2016 Арконик Россия

ЧЛЕНЫ ЖЮРИ И ЭКСПЕРТЫ



Эльвира Алейниченко
руководитель проекта
«Грантовые конкурсы
Компании «Газпром
нефть», ФКЦ «Родные
города»



Ирина Вдовенко
руководитель программ
Форума Доноров



Ирина Ефремова-Гарт
руководитель
направления КСО
и благотворительность
ИБМ Восточная Европа/
Азия/Россия



Ольга Башкирова
генеральный директор
БФ «РЕНОВА»



Александр Вихров
член правления
Ассоциации директоров
по коммуникациям
и корпоративным медиа
России



Ольга Евдокимова
директор
АНО «Эволюция
и Филантропия»



Юрий Благов
директор Центра
КСО им. Прайсвотерхаус-
Куперс СПбГУ



Светлана Герасимова
директор Центра
корпоративной
социальной
ответственности
МИРБИС



Татьяна Ильина
заместитель директора
Британского совета
по вопросам искусства



Александра Болдырева
исполнительный
директор Форума
Доноров



Екатерина Дмитриенко
координатор программы
КСО РwC в России



Анна Казарина
начальник Управления
региональной политики
ПАО «Газпром нефть»



Наталья Каминская
директор Центра
«Благосфера»



Вадим Ковалев
первый заместитель
исполнительного
директора Ассоциации
Менеджеров



Галина Копылова
советник Управления
по корпоративной
ответственности,
устойчивому развитию
и социальному предпри-
нимательству РСПП



Юлия Мазанова
директор
по социальной политике
и корпоративным
коммуникациям
ООО УК «МЕТАЛ-
ЛОИНВЕСТ»



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



Наталья Мощелкова
генеральный директор
Благотворительного
фонда ЦФО



Наталья Поппель
начальник управления
по КСО и бренду
компании «Северсталь»



Юлия Ракчеева
ведущий советник
Департамента
стратегического
развития и инноваций
Минэкономразвития
России



Екатерина Светличная
директор
по коммуникациям
и международным
проектам фонда
Олега Дерипаска
«Вольное Дело»



Татьяна Сейфи
начальник отдела
по взаимодействию
с СОНКО управления
общественных связей
главного управления
внутренней политики
Губернатора
и Правительства
Хабаровского края



Вера Смирнова
менеджер практики
по оказанию услуг
в области устойчивого
развития РwC в России



Елена Темичева
главный редактор
Агентства социальной
информации



Борис Ткаченко
руководитель
Международного
форума лидеров бизнеса
(IBLF)



Елена Трахтенберг
директор программ
Центра «Благосфера»



Наталья Хонякова
руководитель проекта
«Индексы корпоративной
ответственности
и отчетности» РСПП



Елена Чернышкова
президент БФ «Система»



Владимир Шутилин
руководитель
направления социальных
и благотворительных
проектов
ПАО «Газпром нефть»



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



Артем Шадрин
врио директора
Департамента
стратегического
развития и инноваций
Минэкономразвития
России

Эльвира Алейниченко

Результаты исследования «Лидеры корпоративной благотворительности-2016», в рамках которого была проанализирована информация о развитии корпоративной благотворительности за непростой кризисный 2015 год, убедительно свидетельствуют, что крупный российский бизнес прочно вписал благотворительность в стратегию своего развития и повседневную практику. При этом благотворительная деятельность большинства компаний-участников исследования за последние годы приобрела очевидно системный характер, когда компании четко формализуют свою политику в этой сфере, определяют приоритеты, выстраивают технологии и механизмы, привлекают партнеров к ее реализации.

Признанными лидерами корпоративной благотворительности становятся компании, определяющие благотворительность как один из важных элементов КСО-стратегии и общей стратегии бизнеса; внедряющие системный подход к определению приоритетов, направлений и форм реализации благотворительности; имеющие выстроенную систему управления процессом, а также оценки эффективности и социального воздействия своей благотворительной деятельности; демонстрирующие принципы открытости и высокой информационной активности.

По мнению экспертов исследования, по результатам деятельности за 2015 год компаниями, соответствующими этим критериям и демонстрирующими лучшие практики в благотворительной деятельности, признаны:

1. «Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.»
2. АО «СУЭК»
3. ПАО АФК «Система»

Все три компании участвуют в исследовании практически с самого его начала и не раз входили в ТОП-10 «Лидеров корпоративной благотворительности», а их программы становились победителями и лауреатами номинаций партнеров исследования, что говорит об устойчивом, системном следовании этими компаниями принципам ответственной политики в сфере корпоративной благотворительности.

Наталья Хонякова

руководитель проекта «Индексы корпоративной ответственности и отчетности» РСПП;
основатель RateValue.net

Среди участников конкурса в этом году — большая группа компаний, где сформировался системный подход к управлению масштабными благотворительными программами, когда во главу угла ставится стратегическая обоснованность и эффективность вложений в социальные проекты. Наверное, можно говорить о том, что именно такой подход постепенно становится «мейнстримом» в корпоративной практике, и соревноваться за высшие строчки в рейтинге «Лидеры корпоративной благотворительности» становится все сложнее. Компании, ставшие победителями конкурса в этом году, действительно показали образцы решений, которые могут стать ориентирами для многих. Это — тщательно, можно сказать даже дотошно выстроенное управление процессами взаимодействия со стейкхолдерами и партнерскими проектами в компании «Сахалин Энерджи», интеграция управления благотворительностью в систему стратегического управления в компании «СУЭК», сфокусированность благотворительных программ на технологических и человеческих факторах будущего роста в «АФК-Система».

Вадим Ковалев,

Первый заместитель исполнительного директора Ассоциации Менеджеров

В педагогике есть такой тезис «нельзя плохой пример приглашать к доске», а наших победителей я бы к доске пригласил. В их работе я отметил прежде всего комплексность — работа с заинтересованными сторонами, коллеги поддерживают инициативу и коллаборацию, которая позволяет добиться большего эффекта.

«САХАЛИН ЭНЕРДЖИ ИНВЕСТМЕНТ КОМПАНИ ЛТД.»

Компания — один из постоянных участников исследования с 2008 года, практически каждый год входила в «ТОП-10» «Лидеров корпоративной благотворительности», последние 2 года стабильно занимая 3-е место рейтинга. По результатам 2015 года признана лидером исследования.

I. ПОДХОД К БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

Стратегия КСО и благотворительная деятельность компании как ее составная часть базируются на принципах устойчивого развития в соответствии с лучшими международными стандартами в области КСО, которым компания начала следовать с самого момента ее основания в 1994 году. Такой подход напрямую соответствует бизнес-интересам компании: как отмечает сама компания, одним из факторов системного развития корпоративной

социальной ответственности «Сахалин Энерджи» послужили высокие требования к соблюдению стандартов КСО, ответственной деятельности в сфере экологической защиты и прозрачности ведения бизнеса со стороны международных банков, кредитующих реализацию проекта «Сахалин-2».

Подход к осуществлению благотворительной деятельности «Сахалин Энерджи» отличается высокой степенью взаимосвязи со стратегией КСО компании и общей стратегией бизнеса. Все аспекты благотворительной деятельности стандартизированы и отражены в иерархичной системе внешних и внутренних документов (Положение об общих принципах деятельности, Политика устойчивого развития, Кодекс деловой этики, Стандарты управления социальной деятельностью, положения о реализации благотворительных программ и др.) Документы, регламентирующие благотворительную деятельность компании, разработаны в соответствии со стандартами, которых придерживается компания в ведении бизнеса в целом, что позволяет выстраивать управление благотворительной деятельностью как неразрывную часть общего управленческого процесса компаний.

Действия различных факторов, в том числе таких, как специфика условий реализации проекта «Сахалин-2», закрытость территории и конкуренция в сфере реализации благотворительных инициатив со стороны других компаний нефтегазовой отрасли, работающих на Сахалине, послужили тому, что компания изначально базировала свою благотворительную деятельность на принципах, позволяющих обеспечить максимальный эффект от реализации благотворительной деятельности: партнерстве, конкурентности финансирования благотворительных программ и стратегических, долгосрочных программах, а не проходила длительный эволюционный путь трансформации от благотворительности «по запросу» к стратегическому подходу к управлению благотворительной деятельностью.

Компании удалось выстроить такую систему партнерства, когда вся благотворительная деятельность реализуется в тесном трехстороннем сотрудничестве с властью и местным сообществом, и уровень вовлеченности партнеров в систему принятия управленческих решений — от определения стратегии до выделения финансирования на конкретные направления — крайне высок.

Как отмечают эксперты исследования, именно привлечение органов власти, государственных учреждений и местного сообщества в качестве партнеров, как определяющий принцип реализации благотворительных программ, обеспечивает этим программам устойчивость и эффективность:

- Программа детской безопасности «Что делать в чрезвычайных ситуациях» с 2005 года осуществляется в партнерстве с ГУ МЧС России по Сахалинской области и министерством образования Сахалинской области.
- Сахалинский совет по вопросам дорожной безопасности, занимающийся разработкой и реализацией специальных проектов в направлении

сокращения количества ДТП и уменьшения количества пострадавших в результате ДТП, создан в 2005 году по инициативе компании в партнерстве с правительством Сахалинской области и УМВД России по Сахалинской области.

- Корсаковский партнерский совет по устойчивому развитию — яркий пример разделения ответственности за принятие управленческих решений по поддержке социальных проектов в Корсаковском городском округе Сахалинской области между компанией, городской администрацией и общественностью города.
- План содействия развитию коренных малочисленных народов Севера Сахалинской области (программа реализуется 5-летними циклами и 2011-2015 гг. — это период реализации второго Плана) — партнерская программа «Сахалин Энерджи», Регионального совета уполномоченных представителей коренных малочисленных народов Севера (КМНС) Сахалинской области и правительства Сахалинской области. Отличительной особенностью второго Плана стало то, что ответственность за решение о распределении средств на реализацию проектов полностью передавалась представителям КМНС, избранным от каждого района для работы в совете Фонда социального развития и комитете Программы поддержки традиционной экономической деятельности без какого-либо определяющего участия компании.
- Сохранение и популяризация культурного и языкового наследия сахалинских нивхов — мероприятия программы реализуются в партнерстве с Правительством Сахалинской области и под эгидой Комиссии Российской Федерации по делам ЮНЕСКО.

Ирина Мерсиянова,

директор Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора

В подходе компании «Сахалин Энерджи» необходимо отметить успешное сочетание трех компонентов, обеспечивающих эффективность благотворительных программ. Именно это сочетание может рассматриваться как рецепт успеха и быть рекомендовано к распространению в качестве лучшей практики. Во-первых, это высокий уровень «стандартизации» корпоративной благотворительности, различные аспекты которой отражены в целом ряде политик и внутренних документов компании. Во-вторых, это реализация программ корпоративной благотворительности на основе долгосрочных стратегических партнерств с органами власти и различными государственными учреждениями и ведомствами, как на федеральном уровне, так и на территории Сахалинской области. В-третьих, оценка эффективности, как внутренняя, так и независимая внешняя, является необходимым элементом благотворительных программ.

Анна Казарина,

начальник Управления региональной политики ПАО «Газпром нефть»

Компания «Сахалин Энерджи» — отличный пример системного подхода к устойчивому развитию, основанного на соблюдении требований международных стандартов и разработке внутренних документов. Это позволяет компании успешно взаимодействовать с заинтересованными сторонами и реализовывать социальные проекты. Отдельного внимания заслуживает подход компании к взаимодействию с коренными малочисленными народами севера путем пятилетних планов содействия. Это сигнал для местного сообщества: компания работает в регионе всерьез и надолго!

Местное сообщество и власти интегрированы в разработку и реализацию благотворительных программ на всех этапах, начиная от планирования дизайна благотворительной программы. Например, при разработке Третьего «Плана содействия» (2016-2020 гг.) для обеспечения учета мнения коренных малочисленных народов было проведено два раунда открытых консультаций во всех районах традиционного проживания и традиционной хозяйственной деятельности КМНС Сахалинской области. Консультации прошли в 13 населенных пунктах с участием более 500 участников.

Конкурсность финансирования большинства благотворительных программ компании на основе четких критериев, а также вовлеченность властей и местного сообщества не только в процесс определения приоритетов поддержки, но и, в некоторых случаях, в ключевое принятие решений о направлении финансирования (Второй «План содействия») — позволяет компании добиться заинтересованности партнеров в реализации программ в специфических условиях перенасыщенности региона дополнительными ресурсами и недостаточно высокого уровня социальной активности населения.

Юлия Мазанова

директор по социальной политике и корпоративным коммуникациям ООО УК «МЕТАЛЛОИНВЕСТ»

Конкурсное распределение средств, активно применяемое в «Сахалин Энерджи», позволяет сделать процесс отбора проектов на финансирование максимально прозрачным и понятным для всех заинтересованных сторон. Существенным плюсом является привлечение внешних экспертов для мониторинга и оценки социальных инвестиций Компании.

Особенно хотелось бы отметить существенный вклад компании в сохранение и популяризацию культурного и языкового наследия коренных и малочисленных народов.

Развитие корпоративного волонтерства является устойчивым трендом последних лет для большинства лидеров корпоративной благотворительности. «Сахалин Энерджи» выделяет три традиционных основных

направления вовлечения сотрудников в волонтерскую деятельность: участие в структурированной компанией помощи какой-либо социальной организации; участие в сборе благотворительных пожертвований; инициирование и реализация благотворительных проектов.

Интересен опыт компании в реализации пилотного проекта pro bono помощи сотрудников «Помощь в чрезвычайных ситуациях («Птичий госпиталь») — подготовки персонала к проведению мероприятий по реабилитации животных, загрязненных нефтью и нефтепродуктами. В декабре 2015 года 80 подготовленных волонтеров прошли «испытание боем» во время чрезвычайной ситуации, произошедшей в г. Невельске, где в порту, на расстоянии 150 метров от берега, сел на мель и получил пробоину танкер «Надежда».

II. УПРАВЛЕНИЕ И ПРОЦЕССЫ

Социальные программы рассматриваются компанией как неотъемлемая часть производственной деятельности компании. Управление социальными инвестициями осуществляется по той же схеме, что и управление другими важнейшими вопросами ведения бизнеса — при помощи систем и процессов, которые устанавливают приоритеты и детально описывают планы реализации программ, процессы принятия решений, процедуры управления программами социальных инвестиций.

В компании, в соответствии со стандартами лучших практик, существует специальное подразделение — отдел социальной деятельности, ответственный за реализацию благотворительных программ. Отдел включен в структуру управления по взаимодействию с государственными органами, акционерами и связям с общественностью. Заслуживает внимания структура отдела. В его состав входят сотрудники, выполняющие отдельные значимые функции обеспечения процесса управления благотворительной деятельностью компании, в том числе учитывающие специфику ее деятельности: специалисты, занимающиеся общими благотворительными программами компании, специалисты по работе с КМНС Сахалина и специалисты по социальной оценке (оценке социального воздействия в рамках реализации проекта «Сахалин-2»).

Как уже отмечалось выше, на всех стадиях ведения благотворительной деятельности, начиная от планирования и заканчивая принятием управленческих решений и выбором проектов для финансирования в рамках конкурсных грантовых программ, компания активно привлекает все заинтересованные стороны к участию в процессе, создавая специальные экспертные советы, управляющие комитеты. Стратегия, принципы, процесс, механизмы и инструменты взаимодействия с заинтересованными сторонами определены целым рядом внешних документов, доступных для ознакомления широкой общественностью, что является действительно лучшей практикой в реализации информационной политики благотворительной деятельности.

III. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Как лидер, придерживающийся лучших мировых стандартов, «Сахалин Энерджи» имеет выстроенную систему проведения мониторинга и оценки благотворительных программ, которые проводятся как собственными силами, так и с привлечением независимых экспертов. Подходы и процессы осуществления мониторинга и проведения оценки социальной деятельности компании зафиксированы как во внутренних документах компании, так и в документах, открытых для общественного доступа (Стандарт управления социальной деятельностью).

Оцениваются результаты и стратегических партнерских программ, и отдельных краткосрочных проектов, которые были профинансированы компанией. К мониторингу, проводимому специалистами отдела социальной деятельности, на регулярной основе привлекаются партнёры программ. Кроме этого оценку программ, в том числе и бюджетной эффективности, а также оценку соответствия программ политикам и процедурам компании проводят специалисты отдела внутреннего контроля компании.

Помимо традиционных форм сбора обратной связи, используемых при внешней оценке, компания создала на Сахалине специальные информационные центры и отлаженную систему рассмотрения жалоб. Данные, поступающие по этим каналам, также учитываются при оценке. Такая практика позволяет оперативно получать обратную связь от всех заинтересованных сторон.

При оценке социальных инвестиций учитывается три основных аспекта:

- Насколько конкретный проект достиг тех целей, которые предполагались при его планировании, и насколько полно выполнены те работы, которые по нему планировались первоначально (успешность проекта).
- Влияние на репутацию компании.
- Влияние на основную деятельность компании — оценивается вклад в оптимизацию нефинансовых рисков и в поддержку корпоративных ценностей.

Результаты оценки компания использует на всех уровнях построения благотворительной деятельности — начиная от уточнения стратегических приоритетов и пересмотра целей конкретных программ и заканчивая оценкой деятельности специалистов, координирующих благотворительную деятельность, что говорит о системном подходе к проведению оценки и использованию ее результатов.

IV. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА

Учитывая приоритет компании в реализации благотворительной деятельности в партнерстве, качественное, своевременное информирование всех заинтересованных сторон является необходимым фактором успеха. Компания имеет выстроенную разветвленную систему каналов внешней и внутренней

коммуникации. О наличии осознанного подхода к осуществлению информационной политики говорит также тот факт, что все стратегические партнёрские программы компании имеют собственные специальные сайты, содержащие в том числе документы, фиксирующие принципы их деятельности: Корсаковское партнерство — www.korsakovsovet.ru, План содействия развитию коренных малочисленных народов Севера Сахалинской области — www.simdp.ru, «Безопасность — это важно!» — www.senya-spasatel.ru, Фонд социальных инициатив «Энергия» www.fondenergy.ru, Сахалинский совет по вопросам дорожной безопасности www.sakhalinroadsafety.ru

К лидерству в реализации информационной политики относится также активная позиция компании в профессиональных сообществах, участие в ассоциациях, готовность брать на себя роль организатора и модератора площадок, направленных как на информирование заинтересованных сторон о ходе реализации благотворительной деятельности компании, так и популяризацию корпоративной благотворительности в целом.

«Сахалин Энерджи» стала первой российской компанией, выбранной ООН для участия в новой платформе устойчивого корпоративного лидерства — Global Compact LEAD, является членом Европейского делового конгресса, входит в состав Комитета по корпоративной социальной ответственности и демографической политике Российского союза промышленников и предпринимателей. Компания сама выступает организатором мероприятий, посвященных вопросам развития благотворительности, и активно участвует в работе других площадок на эту тему, поддерживая сотрудничество с ведущими федеральными и региональными НКО.

АО «СИБИРСКАЯ УГОЛЬНАЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ»

I. ПОДХОД К БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

Компания СУЭК, формулируя стратегию социальной деятельности, четко увязывает ее со стратегией ведения бизнеса, определяя, что социальные программы и мероприятия компании помогают ей в достижении экономических целей. Как компания, имеющая градообразующие предприятия на части (11 из 48 городов и поселков) территорий своего присутствия, СУЭК основную цель своей благотворительной деятельности видит во всестороннем развитии регионов присутствия компании, развитии человеческого капитала, улучшении качества жизни сотрудников, членов их семей и местных жителей.

СУЭК — один из постоянных участников исследования, впервые заявивший о себе как о социально-ответственной компании в рамках исследования на самом старте проекта — в 2007 году. За годы развития компания осуществила постепенный переход от иждивенческих схем финансирования к конкурсным с одновременным вектором приложения усилий

на активизацию местных сообществ и властей, приглашение их к активному партнерству в реализации социальных инициатив компании.

Анна Казарина

начальник Управления региональной политики ПАО «Газпром нефть»

Заявка Сибирской Угольной Энергетической Компании очень близка мне по духу. В качестве одного из приоритетов социальной стратегии СУЭК заявлена активизация местных сообществ. Сегодня к этому стремятся все компании-лидеры в сфере социальных инвестиций. Тем не менее, подход СУЭК к взаимодействию с местными сообществами сам по себе уникален. Совершенно очевидно, что это прямой путь к повышению эффективности социальных инвестиций и устойчивости социальных проектов и программ.

Стратегия ведения благотворительной деятельности компании отражена в системе внутренних и внешних документов, которые в свою очередь, базируются на международно признанных принципах и стандартах и определяют, в том числе, основные приоритеты социальной стратегии СУЭК:

- активизация местных сообществ;
- расширение и диверсификация социальных программ;
- содействие занятости населения;
- расширение рынка услуг;
- внедрение инновационных технологий и подходов в социальную сферу.

Одним из основных инструментов выстраивания партнерских отношений со всеми заинтересованными сторонами, в первую очередь с региональными и муниципальными властями, для компании являются ежегодно подписываемые соглашения о социально-экономическом сотрудничестве, направления партнерства которых определяются задачами развития конкретных территорий. Это устоявшаяся практика для крупных российских промышленных компаний, позволяющая перейти от реактивного реагирования на запросы властей к проактивному выстраиванию совместной партнерской стратегии развития регионов.

Реализация собственных благотворительных программ на основе принципов партнерства и конкурсности финансирования является для компании приоритетной формой осуществления благотворительной деятельности, что также является сложившимся трендом для крупных промышленных компаний. Это позволяет быть более гибкими в реализации основной цели социальной деятельности компании — развитии регионов присутствия и, прежде всего, их человеческого капитала. А, беря на себя лидирующую роль в активизации местного сообщества — привлекать к решению задач все заинтересованные стороны.

Компания также имеет в линейке форматов благотворительной деятельности работу с обращениями, предоставление бесплатных услуг и товаров (социально незащищенным группам населения, храмам и монастырям), сотрудничество с крупными федеральными НКО (оказание адресной помощи).

В портфеле благотворительных программ СУЭК большое количество программ, развивающих основные благотворительные направления. Некоторые из них:

- Образование («Школа инновационного мышления» и «Предприимчивое обучение и трудовое воспитание молодежи» — общей задачей проектов стало развитие инновационного мышления молодежи, формирование у них навыков профессионального самоопределения, стимулирование интереса к специальностям угольной отрасли)
- Благоустройство и развитие инфраструктуры (Конкурс «Комфортная среда обитания» — поддержка лучших идей по развитию среды обитания)
- Досуг, культура, реализация творческого потенциала («Звездочка СУЭК» — фестиваль детского творчества)
- Совершенствование местного самоуправления (поддержка муниципального конкурса бизнес-проектов, внедрение нового аналитического инструмента для муниципального управления «Матрица социально значимых проблем»; Школа эффективного бюджета; Проект «Клуб общественных дискуссий СУЭК» — обмен опытом в решении социальных задач между территориями присутствия СУЭК)
- Развитие социальной и предпринимательской активности населения, развитие возможностей самореализации («Трудовые отряды СУЭК» — трудоустройство детей от 14 до 18 лет на время летних каникул; «Молодежное предпринимательство» — компания в целом поддерживает малое и среднее предпринимательство как перспективный инструмент диверсификации бизнеса в монопрофильных городах и поселках, данный же проект направлен на вовлечение в предпринимательскую деятельность детей и молодежи; «Школа социального предпринимательства» — создание благоприятных условий, способствующих созданию и устойчивому функционированию малых и средних предприятий социальной направленности, а также развитие данного проекта в виде появления «Школы тренеров по социальному предпринимательству» и «Создание ресурсных центров по развитию социального предпринимательства»; «Будущее территории — будущее СУЭК» — проект по стимулированию социальной активности молодежи через обучение на семинарах по социальному проектированию и проведение конкурсов социальных инициатив).

Усилия компании в области развития социального предпринимательства эксперты выделили отдельно, подчеркнув стратегический подход и системность в их реализации.

Александр Вихров

член правления Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России, советник директора Фонда региональных социальных программ «Наше будущее», кандидат политических наук

Как важную тенденцию последнего времени, нашедшую отражение и в представленных для нынешнего рэнкинга материалах, нужно отметить возрастающий интерес крупного бизнеса к вопросам развития в регионах присутствия социального предпринимательства. На сегодняшний день лучшим, пожалуй, примером в этом направлении является Сибирская угольная энергетическая компания, в корпоративной социальной программе которой особое внимание уделено созданию потенциала для дальнейшего развития инфраструктуры и приобретения знаний, позволяющих местным жителям самостоятельно решать актуальные задачи, привлекать необходимые ресурсы. Фонд «СУЭК — РЕГИОНАМ» работает системно и целенаправленно по всему спектру, начиная от стимулирования инновационных идей предпринимательства школьников, молодежи и до развития компетенций в области поддержки малого и среднего бизнеса, работников органов местного самоуправления, социальной инфраструктуры.

II. УПРАВЛЕНИЕ И ПРОЦЕССЫ

Процесс управления благотворительной деятельностью, определения приоритетов деятельности и форматов взаимодействия с заинтересованными сторонами компании СУЭК отличается продуманностью, наличием четкой структуры и разграничением ответственности ключевых участников управленческого процесса.

По мнению ряда экспертов, создание специального корпоративного фонда либо выделение отдельного подразделения в структуре компании, в ведение которого входит исключительно реализация благотворительной деятельности, позволяет компании за счет выделения специальных человеческих и материальных ресурсов добиваться наилучших результатов. Компания СУЭК пошла по пути институционализации корпоративной благотворительности и создании фонда «СУЭК-РЕГИОНАМ». Кроме того, в самой компании существует специальное подразделение, к компетенциям которого относится реализация корпоративной социальной политики. На уровне региональных производственных объединений и отдельных предприятий за сопровождение реализации социальных и благотворительных проектов на конкретных территориях отвечают пресс-службы. Последовательность и уровень участия каждой из территорий присутствия СУЭК в социальных программах определяется на основании ряда факторов (актуальность для территории, наличие на территории потенциала для формирования пространства развития в данной проектной области и других).

СУЭК поддерживает постоянный диалог с основными заинтересованными сторонами при реализации своей благотворительной деятельности на всех ее этапах, определяя для каждой целевой группы (власти разных уровней, сотрудники, местные сообщества, общественные организации и ассоциации) свои форматы взаимодействия, наиболее адекватно отвечающие ожидаемым результатам. Такой подход говорит о высокой степени осознанности компанией различий в потребностях ключевых целевых групп и позволяет компании гибко реагировать на запросы каждой из заинтересованных сторон.

III. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Система оценки результатов благотворительной деятельности компании включает оперативный мониторинг хода реализации проектов, оценку отдельных мероприятий, итоговую оценку результатов программы. В качестве инструментов оперативного мониторинга используются рабочие встречи проектных экспертных групп, фокус-группы на местах с представителями власти и НКО. Оценка отдельных мероприятий и результатов программ помимо экспертных опросов опирается на инструменты «обратной связи»: опросы непосредственных участников мероприятий, представление и обсуждение результатов программы на публичных мероприятиях с участием всех заинтересованных сторон.

Основным инструментом фиксации качественных изменений компания определила проведение комплексных социологических исследований, которые проводятся внешними экспертами с целью определения двух ключевых аспектов:

- социально-экономического положения в муниципалитетах (оценивается социальная инфраструктура муниципалитетов присутствия компании, участие в целевых программах финансирования);
- определение социального самочувствия и степени безопасности, как личной, так и в целом на территории, определение основных проблем территорий жителями; оценка проектов компании через опрос жителей территорий.

Это позволяет компании учитывать меняющиеся потребности основных партнеров и одновременно благополучателей благотворительных программ компании — местного сообщества и представителей власти.

Светлана Герасимова

директор Центра корпоративной социальной ответственности МИРБИС

Компанию СУЭК отличает системное управление благотворительной деятельностью, активное вовлечение заинтересованных сторон и мобилизация активной позиции местных сообществ. Весьма проработаны в компании вопросы мониторинга и оценки социального влияния программ

на ситуацию в регионе. Социальные и благотворительные программы поддерживают стратегию развития компании, консолидацию усилий бизнеса-власти-общества и развитие местных сообществ в регионах присутствия. В качестве рекомендаций по развитию обратила бы внимание компании на системный международный подход к оценке эффективности программ, привлечение внешних экспертов и активную популяризацию ответственного ведения бизнеса в российском обществе.

IV. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА

Информация о благотворительных и социальных программах, реализуемых компанией, распространяется по внешним и внутренним каналам коммуникации, размещается на сайтах компании и фонда, включается в Корпоративные социальные отчеты компании и годовые отчеты Фонда «СУЭК-РЕГИОНАМ». Однако, документы, фиксирующие конкретную стратегию корпоративной благотворительности и регламентирующие процедуры осуществления благотворительной деятельности компании, за исключением общего документа «Корпоративная социальная политика», принятого в 2007 году, в публичном пространстве не представлены. Для усиления информационной политики компании и следования принципам прозрачности публичное размещение внешних документов, определяющих в том числе конкретные процедуры реализации благотворительной деятельности и выделения финансирования в рамках различных направлений благотворительной деятельности компании, является «зоной ближайшего развития».

Лидерские позиции СУЭКа в сфере информационной активности проявляются также в готовности брать на себя поддержку внешних инициатив, важных для развития российской корпоративной благотворительности в целом.

ПАО АФК «СИСТЕМА»

I. ПОДХОД К БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

Подходы к благотворительной деятельности АФК «Система» прошли эволюционный путь, что характерно для развития многих крупных российских компаний. На начальном этапе решения о выделении средств на благотворительные проекты принимались исключительно руководителем компании, зачастую на основе личных симпатий. Естественно, что при этом благотворительность не была связана с целями и задачами компании. Возрастание масштабов бизнеса и его влияния на заинтересованные стороны потребовало пересмотра подходов к реализации КСО и социальной деятельности компании, увязывания благотворительной деятельности со стратегией КСО и бизнес-интересами компании. Для реализации стратегии социальных инвестиций компании в 2003 году было принято решение о создании Благотворительного фонда «Система».

Ирина Мерсиянова

директор Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора

В эффективной реализации программ корпоративной благотворительности компании большое значение имеет структурированный процесс принятия решений с четко закрепленными полномочиями и налаженным взаимодействием между руководящими органами АФК «Система» и благотворительным фондом «Система», который является централизованным механизмом осуществления благотворительной деятельности компании.

В 2015 году АФК «Система» актуализировала корпоративные политики в сфере КСО и благотворительности. Новая редакция документов отражает прогресс в части совершенствования системы корпоративного управления и антикоррупционных процедур в Корпорации. Также была проведена работа по совершенствованию нормативной базы БФ «Система» — разработаны и внедрены регламенты работы Фонда в соответствии с корпоративными стандартами АФК «Система»: антикоррупционная политика, положение о расходовании средств, о мерах по урегулированию конфликта интересов, уточнены регламенты работы органов управления.

Отличительной особенностью АФК «Система» является то, что это многоотраслевая корпорация, объединяющая компании, работающие в 13 отраслях экономики, имеющие свою устоявшуюся систему ведения благотворительной деятельности. Некоторые из них, например, МТС и «Детский мир», становятся постоянными участниками исследования «Лидеры корпоративной благотворительности» и отмечаются экспертами как одни из лидеров благотворительной деятельности в своих отраслях экономики. Это сказывается на необходимости создания многоуровневой системы управления благотворительной деятельностью корпорации.

Бизнес-интересы АФК «Система» и ее дочерних компаний связаны с постоянным притоком профессиональных кадров для наукоемких отраслей, именно поэтому основной фокус социальных инвестиций направлен на поддержку образовательных проектов, цель которых — дать молодым людям сделать осознанный выбор профессии и реализовать собственные инновационные проекты. Для реализации этого направления создан флагманский проект компании «Лифт в будущее».

Очевидно, что как один из крупнейших инвесторов в реальный сектор экономики, в ключевых регионах компания не может не уделять должного внимания поддержке социально-незащищенных групп и развитию территорий. Эти приоритеты также учтены в портфеле благотворительных программ БФ «Система» в виде направления «Социальные проекты и волонтерство» (Комплекс мероприятий в сфере социальной поддержки ветеранов и незащищенных слоев населения; Корпоративный волонтерский центр).

Третье ключевое направление деятельности Фонда — Программа «Культура и искусство: меценатство и новые технологии» — с фокусом на новые модели и современные технологические решения — также соответствует бизнес-интересам и стратегии развития компании как одного из лидеров в сфере использования и внедрения современных технологий. Флагманский проект этого направления — «Русский музей: виртуальный филиал».

Таким образом, приоритетом Фонда являются собственные долгосрочные благотворительные программы, органично включенные в стратегию КСО и соответствующие бизнес-интересам корпорации. Такая сфокусированность приоритетных направлений дает возможность развивать профессиональный потенциал команды БФ «Система» и позиционировать себя как центр экспертизы в выделенных трех ключевых направлениях.

В рамках соответствующих программ БФ «Система» и компании, входящие в корпорацию, используют широкий спектр инструментов как финансовой (целевые пожертвования, гранты, фандрайзинг), так и нефинансовой (волонтерство, pro bono) благотворительности. Причем именно нефинансовые инструменты позволяют объединить усилия компаний разных отраслей, входящих в корпорацию, в рамках общего направления благотворительности. В июне 2014 года на базе БФ «Система» был создан корпоративный волонтерский центр, координирующий и объединяющий добровольческие проекты всех компаний корпорации. Благодаря его усилиям для многих компаний волонтерство стало неотъемлемой частью корпоративной культуры, а уровень вовлеченности сотрудников приблизился к максимальному показателю распространения добровольчества среди россиян — около 7% (по данным исследования ФОМ 2015 г.).

Юлия Мазанова

директор по социальной политике и корпоративным коммуникациям ООО УК «МЕТАЛЛОИНВЕСТ»

Компанию отличает системный подход к развитию волонтерской деятельности. По сравнению с предыдущим годом уровень вовлеченности персонала в добровольческую деятельность вырос в полтора раза. Важно, что волонтерство стало неотъемлемой частью корпоративной культуры, в него вовлечены все компании Группы АФК, а также волонтерство является одним из утвержденных общекорпоративных КПЭ в сфере КСО. Компания проводит оценку эффективности проектов, в том числе с привлечением внешних экспертов. Результаты оценки используются для выбора приоритетных направлений социальных инвестиций и совершенствования организационной структуры.

II. УПРАВЛЕНИЕ И ПРОЦЕССЫ

АФК «Система» имеет многоуровневую систему управления благотворительностью, что отвечает структурной сложности корпорации. Совет директоров АФК «Система» ежегодно утверждает стратегию в области КСО и благотворительности. Такой подход позволяет топ-менеджменту на уровне стандартизированных процедур на регулярной основе быть включёнными в процесс определения того, насколько благотворительная деятельность компании не только выполняет задачи достижения социальных общественно-значимых целей, но и учитывает бизнес-интересы компании, создавая благоприятную среду для развития корпорации. Комплекс корпоративных коммуникаций АФК «Система» внутри компании отвечает за реализацию Политик в области КСО, благотворительности и координацию деятельности, при этом в структуре комплекса выделен сотрудник, курирующий вопросы КСО, благотворительности и нефинансовой отчетности, координирующий деятельность дочерних компаний в этой области, а также за взаимодействие с БФ «Система». Фонд является основным инструментом для осуществления благотворительной деятельности АФК «Система» и ее дочерних компаний.

При формировании портфеля социальных инвестиций помимо основной цели — достижения общественно-значимых социальных результатов, — корпорация выделяет приоритетные направления, отвечающие ее бизнес-интересам. Это развитие профессиональных, высокообразованных кадров, способных к генерации и воплощению новых инновационных идей и развитию высоких технологий; развитие аудитории потребителей, имеющих достаточный уровень знаний и культуры для объективного восприятия высокотехнологичных продуктов и услуг, производимых компаниями корпорации.

III. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Системность — как определяющий принцип благотворительной деятельности компании, отраженный в ее названии, проявляется и на уровне оценки результатов. Компания проводит мониторинг и оценку на разных уровнях — от внутренней оценки социальных эффектов реализации конкретных программ до внешней оценки, включая опыт проведения КСО-аудита АФК «Система» с привлечением внешнего консультанта.

Вызывает интерес опыт компании ежегодного утверждения не только приоритетных направлений деятельности, но и ключевых показателей эффективности (КПЭ). Например, на 2015 год в качестве таких показателей были утверждены:

- Уровень корпоративного волонтерства — доля участников добровольческой деятельности среди персонала (в среднем по Группе компаний)

- Проекты Shared Value — число социальных проектов, основанных на подходе создания общих ценностей и приносящих пользу обществу и бизнесу.
- Трансляция КСО в СМИ — количество публикаций, посвященных КСО и благотворительным проектам Группы.
- Развитие территорий — число договоров о социально-экономическом сотрудничестве с новыми регионами, заключенных АФК «Система»
- Социальная отчетность — число компаний, входящих в корпорацию, имеющих социальную отчетность по стандарту GRI

При этом в рамках каждой благотворительной программы есть свой набор проектных КПЭ, включающий количественные и качественные параметры, определяемые исходя из целей и задач программы.

IV. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА

Заслуживающая внимания и тиражирования практика — когда одним из результатов КСО-аудита, проведенного компанией в 2015 году, стал пересмотр информационной политики и усиление информационного сопровождения ключевых социальных программ компании.

Согласно ежегодному исследованию Форума Доноров БФ «Система» сохранил лидерство в медиапространстве среди корпоративных благотворительных фондов РФ и вошел в ТОП-25 фондов по количеству упоминаний в СМИ. Компания и фонд активно используют различные каналы коммуникации, в том числе интернет-инструменты, как для продвижения информации о своих программах, так и для их реализации (партнерский проект «Виртуальный русский музей» — <http://rusmuseumvrm.ru>).

Говоря о лидерстве в профессиональных сообществах можно отметить, что АФК «Система» является одной из первых российских компаний — членов Глобального договора ООН, представители компании входят в Комитет по КСО и демографической политике РСПП, Комитет по КСО Ассоциации менеджеров России, Комитет по продвижению в СМИ социальной ответственности и благотворительности Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России (АКМР), Национальный Совет по корпоративному волонтерству. БФ «Система» является членом Ассоциации грантодающих организаций «Форум Доноров».

Лидерство в реализации информационной политики подтверждается также активным участием представителей компании и БФ «Система» в мероприятиях благотворительной тематики и площадках, соответствующих ключевым направлениям деятельности компании в качестве организаторов и модераторов процесса.

Подводя итоги, хотелось бы подчеркнуть, что все три компании — лидеры исследования — имеют системный, стратегический подход ко всем ключевым вопросам управления благотворительной деятельностью. Такой подход мы можем увидеть у многих компаний, занимающих верхние строчки рейтинга «Лидеры корпоративной благотворительности». Это действительно становится сложившимся трендом и любая компания, заявляющая себя как лидер, уже не может ему не соответствовать. При этом «Сахалин Энерджи», «СУЭК» и «АФК-Система» имеют свои «ключевые компетенции» и интересные находки в реализации благотворительной деятельности. Объединение компонентов, из которых складывается эффективность этих компаний, дает идеальную модель развития корпоративной благотворительности, из которой любая компания может взять то, что способно усилить ее благотворительную практику.

Светлана Герасимова

директор Центра корпоративной социальной ответственности МИРБИС

Представленные в первой тройке компании отличает долгосрочная ориентация, включение программ в комплексную стратегию КСО, основную стратегию и миссию бизнеса. Такой подход к разработке стратегии и тактики корпоративной благотворительности обеспечивает устойчивость и высокую важность данной деятельности, позволяет создавать ценности как для бизнеса, так и для общества, местных сообществ в регионах присутствия компании.

Елена Феоктисова,

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

Компании-победители рейтинга показали высокую культуру и четкое понимание целей благотворительной деятельности, способность качественного раскрытия информации, долгосрочные инициативы и результативные социальные инвестиции, системно встроенные в стратегию бизнеса. Наличие принципов, стандартов в реализации программ, применение новых идей, подходов и технологий, сотрудничество и последовательность в реализации.



Эволюция и Филантропия

Партнер приза: Автономная некоммерческая организация поддержки и развития инноваций в социальной сфере «Эволюция и Филантропия»

Какие проекты рассматриваются: благотворительные программы (проекты), в которых проводится оценка результатов (в том числе социальных) и грамотно используются полученные данные.

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»

Оценка социальных результатов благотворительной деятельности является надежной основой для повышения эффективности этой деятельности. Это способ получить достоверные данные о том, действительно ли ваша благотворительность приносит пользу людям и обществу. Это механизм получения нового знания и фундамент для принятия стратегических и оперативных решений.

Наша организация стремится к тому, чтобы все участники социальных преобразований, и бизнес-компании в том числе, имели бы доступ к передовому международному и российскому опыту и внедряли бы его в свою практику. За 9 лет своей работы мы собрали уникальную библиотеку международного опыта, разработали ряд методических рекомендаций и начали внедрять их в деятельность организаций партнеров.

Для нас очень важно, чтобы накапливался и соответствующий передовой российский опыт. И в этой связи проект «Лидеры корпоративной благотворительности» является уникальной площадкой, задающей высокую планку профессиональных стандартов в области осуществления благотворительной деятельности. Мы решили поддержать содержательно и финансово приз «За подход к оценке результатов благотворительных проектов и программ», надеясь, что российский бизнес будет ориентироваться на собранные лучшие практики и применять современные инструменты и подходы в области оценки, повышая таким образом собственную эффективность в решении социальной проблематики.

Приоритеты

При выборе победителя и лауреата приза приоритет отдавался компаниям, в которых:

1. Документально зафиксированы:
 - Конкретные, измеримые цели, на достижение которых направлена деятельность компании, план и способы оценки их достижения;
 - Принципы и порядок проведения мониторинга и оценки эффективности благотворительной деятельности (программы);
 - Принципы и критерии отбора поддерживаемых благотворительных программ и проектов (желательно в открытом, публичном доступе).
2. Эффективно используются результаты проведенной оценки для улучшения своей благотворительной деятельности (желательна их публикация и обсуждение);
3. Представлены свидетельства активного вовлечения благополучателей на различных этапах планирования и оценки благотворительной деятельности (оценка потребностей, оценка социального воздействия, регулярный сбор обратной связи от благополучателей и пр.).



ПОБЕДИТЕЛЬ ПРИЗА

АЛКОА РОССИЯ*

Компанией Алкоа Россия обозначены четкие тематические приоритеты в направлениях благотворительной деятельности — это «Образование» и «Охрана окружающей среды». Их выбор обусловлен теми областями, где сама компания может быть экспертом и где она может добиться значимых улучшений.

В описании благотворительных программ Алкоа Россия сразу указано, какие компания ожидает социальные изменения благодаря их реализации. Например, программа «Образование» включает подтемы «Кадровый потенциал» (это программы, способствующие трудоустройству на инженерных и производственных позициях), и «Подготовленность к работе» (программы, обучающие людей базовым навыкам и повышающие их подготовленность к работе).

Оценка является обязательной частью всех программных инвестиций Алкоа и представляет собой оценку достижения запланированных результатов. В компании выстроены и регламентированы процессы оценки социальных инвестиций. Для каждой из стратегических тем определены типовые ожидаемые результаты, а для каждого отдельного проекта — 1-3 измеряемых результата. Например, в программе, нацеленной на создание кадрового потенциала для технической отрасли, измеряется «количество стипендиатов Фонда Алкоа, которые заканчивают вуз и работают в технической области». Для Программы продвижения здорового образа жизни среди молодежи — «количество участников, которые начинают следовать безопасному поведению, регулярно занимаются на фитнес-площадках, установленных в рамках программы», «количество участников, которые следуют рекомендациям по снижению риска заражения опасными заболеваниями».

Алкоа Россия поддерживает благотворительные проекты и программы некоммерческих организаций, реализуемые в регионах присутствия компании. При этом формализованы и опубликованы критерии выбора поддерживаемых программ, процедуры подачи заявки и отчетности. Очень жаль, что описание основных приоритетных направлений благотворительной деятельности компании, а также измерителей основных результатов, на достижение которых работает компания, опубликованы на сайте

* с 01.11.2016 Арконик Россия

компании лишь на английском языке. Возможно, русская версия предоставляется грантополучателям по запросу.

При этом Алкоа Россия не просто поддерживает проекты НКО, результаты которых соответствуют ожидаемым результатам благотворительной деятельности компании. Компания активно участвует на этапе разработки и реализации проектов НКО. Например, заявка на поддержку включает описание потребностей сообщества в таком проекте, механизм достижения планируемых измеряемых результатов и методы их подтверждения, возможности для волонтерства, коммуникации с сообществом. Алкоа Россия признает, что это самый трудоемкий этап во всем процессе, тем не менее компания выделяет ресурсы на согласование всех деталей проекта с потенциальным партнером — НКО.

Оценка благотворительной деятельности компании осуществляется с учетом мнения благополучателей и участников. Например, для оценки эффективности волонтерской программы не только измеряется доля сотрудников, участвующих в волонтерской деятельности, но и «подтверждающих возможности для волонтерства в компании и одобряющих работу в сообществе». Последний показатель ежегодно определяется в ходе анонимного опроса.

HEINEKEN ЛАУРЕАТ ПРИЗА

ОБЪЕДИНЕННЫЕ ПИВОВАРНИ ХЕЙНЕКЕН

ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен» — за ориентацию благотворительной деятельности на достижение социальных результатов и открытость на пути к их достижению.

Деятельность компании ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен» в области устойчивого развития планируется с ориентацией на достижение четко определенных результатов (в том числе социальных), именно в соответствии с ними происходит выбор благотворительных программ.

В компании ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен» на системной основе осуществляется мониторинг и оценка благотворительных программ. По каждой программе разработана система оценки, включающая все элементы так называемой «цепочки социальных результатов». Это не только вложения (ресурсы) и продукты (непосредственные результаты), что характерно для большинства компаний, участвующих в конкурсе «Лидеры корпоративной благотворительности». У «Хейнекен» есть

и оценка социальных результатов благотворительных программ, какое влияние оказала реализация программы на целевые группы. Например, смогла ли программа повысить уровень информированности, изменила ли отношение к проблеме, оказала ли воздействие на поведение целевых групп. Для оценки социальных результатов в компании используются инструменты сравнения ситуации «до» и «после» (входные и выходные анкеты, психодиагностические опросники), осуществляется сбор обратной связи от разных групп благополучателей (например, подростки и их родители), а также «исполнителей» программы (например, тренеры, учителя в образовательных проектах).

При этом результаты проведенной оценки используются на практике, а не служат лишь «украшением» отчета. Например, получив низкие результаты по одной из программ (низкий уровень усвоения образовательного курса участниками программы), были организованы открытые уроки, специальные вебинары для преподавателей, на которых лучшие преподаватели провели серию мастер-классов для своих коллег.

Система оценки эффективности для ряда проектов была разработана собственными силами. Есть и проекты, где участвовал специально приглашенный в рабочую группу проекта внешний консультант.

В отличие от многих других компаний, «Объединенные Пивоварни Хейнекен» выстраивают партнерские отношения и вовлекают широкий круг стейкхолдеров на всех этапах разработки своих социальных программ — от их планирования до оценки.

Компания выстраивает коммуникации, используя широкий круг инструментов и каналов, современные способы коммуникации — социальные сети, специальные онлайн-сайты с конкурсами, тестами, роликами, социальной рекламой, инфографикой и пр. В частности, публикуются подробные описания социальных программ, причем отдельно по каждой из них — непосредственные и социальные результаты, экспертные заключения.

Компания «Объединенные Пивоварни Хейнекен» демонстрирует и готовность к обсуждению своих благотворительных программ в профессиональном сообществе, участвуя в профессиональных публичных мероприятиях и конкурсах.

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

К участию в конкурсе допускались программы, соответствующие критериям прозрачности, имеющие четкую и последовательную стратегию. Программы должны были быть реализованы в течение 2015 года. Если программа рассчитана на несколько лет, необходимо было указать ее общую продолжительность и описать деятельность в 2015 году.



МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

врио директора Департамента стратегического развития и инноваций Минэкономразвития России

Министерство экономического развития Российской Федерации ежегодно принимает участие в проекте «Лидеры корпоративной благотворительности», который на сегодняшний день обеспечивает высокий уровень кооперации между бизнес-структурами, некоммерческими организациями и органами государственной власти.

Как орган федеральной исполнительной власти, ответственный за выработку государственной политики в области благотворительности и поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций, отмечаем особую важность развития инфраструктуры поддержки для повышения роли некоммерческого сектора в решении острых социальных проблем. Именно поэтому поддерживаемая нами номинация нацелена на программы и проекты, направленные на развитие некоммерческих организаций, поддержку общественно-полезных инициатив активных граждан, улучшение социального климата в регионе присутствия компании, а также улучшение качества жизни различных целевых аудиторий (детей, молодежи, людей с инвалидностью, пожилых людей, ветеранов).

В этом году на решение о выборе победителей существенно повлиял факт наличия в их программах конкурсных процедур распределения финансовой поддержки в благотворительной программе с указанием

критериев конкурсного отбора, структуры, сроков и принципов работы конкурсных комиссий.

Немаловажным фактором повышения рейтинга компаний являлся также выстроенный диалог с различными заинтересованными сторонами в целях социального партнерства и внедрения инновационных технологий устойчивого развития регионов присутствия, вовлечение сотрудников предприятий в социальные проекты и добровольчество.

Кроме того, лучшая программа (проект), на наш взгляд, безусловно должна включать систему мониторинга и оценки реализации программы в соответствии с запланированными показателями эффективности. Из числа представленных на конкурс проектов существенно выделялись разработанные при участии экспертов в области социального проектирования и региональных ресурсных центров для СО НКО.

Проект АО «Объединенная металлургическая компания» заслуживает не просто особого внимания ввиду системности подходов к реализации, но и тиражирования существующей практики. Грантовый конкурс позволил выстроить диалог с различными заинтересованными сторонами в целях социального партнерства и возможности внедрения инновационных технологий устойчивого развития регионов присутствия, вовлечения сотрудников предприятий, входящих в группу ОМК, в социальные проекты и добровольчество. Также заслуживают внимания выделенные ставки координаторов социальных проектов в регионах и образовательная составляющая в части проведения тренингов по социальному проектированию и корпоративному волонтерству для сотрудников, а также по фандрайзингу для НКО, государственных и муниципальных учреждений, потенциальных участников в регионах присутствия компании.

В программе ЗАО КБ «Ситибанк» затронута очень важная тема — трудоустройство молодежи. В рамках программы разработаны и внедрены современные методы работы с молодежью, направленные на развитие навыков коммуникации и социализации для усиления конкурентоспособности уязвимой молодежи на рынке труда. Особого внимания заслуживает интерактивная онлайн-платформа «Моя карьера», которая расширит доступ студентов и уязвимой молодежи к онлайн обучению, информации о потенциальных работодателях и вакансиях.

Проект ООО «Нестле Россия» является выразительным примером развития волонтерского движения в регионе присутствия компании. Так, несколько неравнодушных людей сплотили вокруг себя группу единомышленников и стараются сделать лучше жизнь одиноких пожилых людей.

Хотелось бы поздравить победителей и особо отметить высокий уровень представленных программ.



I МЕСТО

КОНКУРС СОЦИАЛЬНЫХ И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ
ПРОЕКТОВ «ОМК-ПАРТНЕРСТВО»
АО «ОБЪЕДИНЕННАЯ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ»

Цели программы: создание социального партнерства и возможностей для внедрения инновационных технологий устойчивого развития регионов присутствия, вовлечение сотрудников предприятий, входящих в группу ОМК, в социальные проекты и добровольчество

Сроки реализации: 2015 г.

Бюджет: 13,35 млн рублей

Целевая аудитория: некоммерческие организации и объединения; государственные и муниципальные учреждения; добровольцы — сотрудники предприятий группы ОМК, работающие по трудовому договору.

Описание программы

В 2015 г. ОМК приняла решение перейти от традиционной адресной и шефской помощи к системным долгосрочным программам в сфере благотворительности.

Это было обусловлено новыми вызовами внешней среды: антикризисными мерами в ряде регионов присутствия, формированием запроса населения на качественную социальную среду и общим повышением социальной активности населения, а также стремлением компании внедрить новые подходы в управлении социальными инвестициями, базируясь на социальном партнерстве бизнес-власть-общество.

Компания работает в моногородах (Выкса, Чусовой) и поселках (п. Новосинеглазово), малых городах (Благовещенск, Альметьевск), где большая часть населения — это сотрудники компаний и члены их семей. Работники предприятий ОМК готовы были решать наиболее острые проблемы своих городов, на всех предприятиях ОМК есть действующие Советы молодых металлургов, которые реализовывали волонтерские, благотворительные акции.

Также была отмечена социальная активность населения. Граждан волновали вопросы благоустройства города, возможности проведения досуга, экологии, социальных услуг. Наличие таких социально активных сообществ позволили внедрить новый инструмент социальных инвестиций — грантовое распределение благотворительных средств среди государственных и муниципальных учреждений, НКО и сотрудников компании.

Немаловажным было то, что грантовый конкурс мог позволить выстроить диалог с различными заинтересованными сторонами. А также выявить,

поддержать и реализовать лучшие социальные проекты НКО и государственных, муниципальных учреждений, выявить инновационные механизмы решения социальных проблем.

Поэтому грантовый конкурс социальных и благотворительных проектов с «ОМК-Партнерство» был направлен на создание социального партнерства и возможностей для внедрения инновационных технологий устойчивого развития регионов присутствия, вовлечение сотрудников предприятий, входящих в группу ОМК, в социальные проекты и добровольчество.

Конкурс разработан и управляется направлением спонсорских и благотворительных проектов ОМК, в 2015 г. находившимся в управлении по связям с общественностью АО «ОМК». На каждом предприятии в отделах по связям с общественностью есть координатор социальных проектов, который отвечает за проведение конкурса, курирование, контроль и мониторинг проектов.

Задачи программы

- Переход к системной благотворительности посредством конкурсных программ с целью развития регионов.
- Вовлечение сотрудников в благотворительные программы компании — внедрение программы корпоративного волонтерства.
- Переход от адресной благотворительности к системным программам в сфере благотворительности.

При осуществлении благотворительной деятельности компания руководствуется следующими принципами: приоритет регионов присутствия, социальное партнерство и общественная активность, конкурсность, открытость, прозрачность и отчетность, эффективность.

Направления конкурса

1. Корпоративное добровольчество — социальные проекты, реализуемые добровольцами — сотрудниками ОМК.
2. Социальные проекты, реализуемые НКО, государственными и муниципальными учреждениями.

Этапы программы

- Утверждение концепции конкурса с членами Правления ОМК, утверждение бюджета.
- Выделение ставок координаторов социальных проектов в регионах, тренинг по социальному проектированию для них в Москве.
- Старт Конкурса, размещение положения о конкурсе на официальном сайте компании.
- Издание приказа внутри компании.

- Начало приема заявок.
- Презентации Конкурса в регионах присутствия компании. В Выксе, Чусовом, Альметьевске, п. Новосинеглазовский, Благовещенске прошли презентации конкурса для НКО, государственных и муниципальных учреждений, сотрудников компании с участием представителей власти, руководства ОМК, бизнес-компаний партнеров ОМК.
- Разработка проектов потенциальными участниками: НКО, государственными и муниципальными учреждениями, сотрудниками компании — потенциальными волонтерами.
- Тренинги по социальному проектированию и корпоративному волонтерству, фандрайзингу для потенциальных участников в регионах присутствия Компании.
- Консультации потенциальных участников, прием заявок. Координаторы социальных проектов в партнерстве с ресурсными центрами для СОНКО консультировали потенциальных участников конкурса по оформлению заявок, составлению бюджета. Также московские сотрудники направления спонсорских и благотворительных проектов консультировали по телефону все регионы.
- Экспертные советы в регионах.
- Объявление победителей.
- Консультации по доработке проектов и управлению проектами для победителей (по необходимости). По рекомендации экспертных советов некоторые проекты могли быть поддержаны лишь после доработки заявителями. Поэтому координаторы социальных проектов проводили консультации.
- Заключение договоров с победителями.
- Реализация проектов победителями.
- Прием содержательных и финансовых отчетов о реализации проектов, мониторинг и оценка.

Сотрудничество

Конкурс «ОМК-Партнерство» оказался инструментом для работы с различными заинтересованными сторонами, площадкой для коммуникаций, сотрудничества, со-финансирования, обмена знаниями.

Основной целью деятельности компании ОМК является выстраивание устойчивого социального партнерства бизнеса, власти и общества в регионах присутствия. Поэтому в состав конкурсной комиссии по отбору проектов некоммерческих организаций, государственных и муниципальных учреждений входили представители ОМК, департамента социальной

защиты населения, некоммерческой организации (ресурсные центры для СОНКО г.Челябинска, Перми, Нижнего Новгорода), отдела по связям с общественностью предприятия, муниципальных учреждений региона.

Также экспертная комиссия привлекала для консультаций и оценки проектов независимых специалистов: представителей других бизнес-компаний региона. Например, в п.Новосинеглавский в экспертный совет входили сотрудники Челябинского отделения «Сбербанка» .

Во всех регионах представители власти были заинтересованы в проведении конкурса. Прежде всего, они помогали распространять информацию среди потенциальных благополучателей, участвовали в презентациях конкурса, входили в экспертные советы.

Кроме того, в экспертные комиссии по отбору проектов сотрудников — волонтеров входили: руководители дирекций по персоналу, представители Совета Молодых Metallургов предприятия, отдела по связям с общественностью предприятия, профсоюзных организации ОМК, а также представители муниципальных учреждений регионов присутствия. Это во многом позволило получить обратную связь от различных заинтересованных сторон, отобрать инновационные проекты, нужные регионам, обеспечить прозрачность Конкурса.

Некоммерческий сектор в регионах выступил надежным партнером при проведении конкурса. Так, ресурсные центры для социально-ориентированных НКО Нижнего Новгорода, Перми и Челябинска провели для потенциальных участников конкурса «ОМК-Партнерство» и сотрудников предприятий тренинги по социальному проектированию, а также консультации по заполнению грантовых заявок.

В соответствии с названием конкурса принцип партнерства стал основным при выборе победителей: самые высокие баллы получили заявки, авторы которых смогли найти дополнительные средства (объем софинансирования — не менее 25 %), привлекли к сотрудничеству другие организации и предусмотрели участие добровольцев, в том числе сотрудников ОМК, в реализации проектов.

Привлечение волонтеров

Участие сотрудников в волонтерских проектах позволило вовлечь их в решение проблем местных сообществ. Для того чтобы сотрудники приняли решение участвовать в конкурсе, на предприятиях был проведен опрос по корпоративному волонтерству, опубликованы статьи по добровольчеству в журнале ОМК–Команда, в корпоративных СМИ, на порталах предприятий. Также на заводах были вывешены постеры, размещены ролики на мониторах с призывом участвовать в конкурсе. На портале компании был создан раздел

«ОМК-Партнерство», где размещена вся информация о конкурсе и корпоративном волонтерстве (презентации конкурса, информация «Как реализовать социальный проект», примеры лучших волонтерских акций в компании и у партнеров, ответы на часто задаваемые вопросы).

Результаты

Количественные показатели:

- Получено 256 заявок от НКО, государственных и муниципальных учреждений, 110 заявок от волонтеров — сотрудников предприятия.
- Одобрена 101 инициатива, получившая поддержку от ОМК: 41 — от сотрудников компании, 60 — от организаций.
- В течение года реализовано 94 проекта: 58 от организаций и 36 от сотрудников.
- В конкурсе «ОМК-Партнерство» приняли участие около 250 сотрудников — добровольцев, 26 некоммерческих организаций, 33 муниципальных и государственных учреждений.
- Благополучателями по итогам конкурса стали около 30000 человек в регионах присутствия компании.
- Количество отработанных в ходе реализации 36 проектов — 2880 волонтер-часов.
- Объем со-финансирования, денежных и неденежных пожертвований конкурса «ОМК-Партнерство» составил более 8 млн руб. (65% от общего грантового бюджета в 13,3 млн руб.).
- В рамках конкурса «ОМК-Партнерство» проведено 6 тренингов по корпоративному волонтерству для сотрудников предприятий, 1 тренинг по социальному проектированию для координаторов социальных проектов, 4 тренинга по социальному проектированию, фандрайзингу для государственных, муниципальных учреждений и НКО в регионах силами региональных центров развития СОНКО в Нижегородской области, Перми и Челябинске.
- В ходе реализации конкурса «ОМК-Партнерство» было опубликовано 218 новостей на информационных агентствах, сайтах, 121 публикаций в печатных СМИ, 43 ТВ-сюжетов, 30 публикаций в корпоративных СМИ (газета «Территория ОМК», журнал «ОМК-Команда»).

Качественные показатели:

- Выстраивание устойчивого партнёрства с некоммерческими и государственными учреждениями, создание межсекторного взаимодействия, переход от адресной помощи к устойчивым проектам социальной направленности, системной благотворительности.

- Внедрение программы по развитию корпоративного волонтерства в ОМК. Рассчитанные на сотрудников компании мини-гранты оказались хорошим стимулом реализовать волонтерский проект.
- Конкурс социальных и благотворительных проектов «ОМК-Партнерство» уникален тем, что сотрудники компании могут реализовать свои волонтерские проекты в партнерстве с НКО, государственными и муниципальными учреждениями.
- Расширился благотворительный вклад компании со стороны работников, поддержаны социально уязвимые группы населения, которые редко становятся благополучателями крупных социальных проектов в моногородах (бездомные, дети-отказники), появились экологические проекты (очистка берегов рек), проекты по здоровому образу жизни, помощь бездомным животным и др.
- Развился фандрайзинг среди персонала компании, привлечены дополнительные материальные и нематериальные ресурсы для решения острых социальных проблем в регионах.
- Укрепились связи с НКО как новыми стейкхолдерами и экспертами в регионах присутствия, они стали надежными ресурсными партнерами в сфере социального проектирования, фандрайзинга и продвижения социальных проектов. Грантовый конкурс показал, что за счет вовлечения местного сообщества проекты приобретают большую социальную значимость.
- Произошел переход от адресной помощи к социальному проектированию.
- Часть проектов продолжают свою деятельность без поддержки компании.

Юлия Ракчеева

Минэкономразвития России

Проект позволил раскрыть, поддержать и реализовать лучшие социальные проекты НКО и государственных, муниципальных учреждений, выявить инновационные механизмы решения социальных проблем, что является существенным вкладом в развитие инфраструктуры благотворительности в регионах присутствия.



II МЕСТО

РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ ТРУДОУСТРОЙСТВА Уязвимой МОЛОДЕЖИ
АО КБ «СИТИБАНК»

Цели программы: повысить конкурентоспособность выпускников профессионально-технических училищ и колледжей на рынке труда путем формирования мотивации, обеспечения доступа к необходимой информации, организации стажировок и предоставления услуг по трудоустройству.

Сроки реализации: с 2011 года

Бюджет: 2015 год — \$ 330 000 (общий бюджет программы с 2011 года — \$910 000).

Целевая аудитория

Первичная целевая группа: студенты начальных и средних профессиональных учебных заведений с низким уровнем доходов, инвалиды и сироты — молодежь в возрасте 15-22. Вторичная целевая группа: мастера, преподаватели, наставники и воспитатели ПУ и колледжей.

Описание программы

Проблема социализации и трудоустройства на постоянной основе очень актуальна для выпускников учреждений среднего профессионального образования (СПО), в числе которых много детей из уязвимых семей и детей-сирот. В 2013 году численность безработных среди молодежи увеличилась в 1,7 раза по сравнению с 2000 годом. Среди граждан, обратившихся в службу занятости населения, каждый пятый является несовершеннолетним, каждый второй моложе 25 лет. 40% из них — выпускники профессиональных училищ и колледжей.

Основным препятствием к получению работы выпускниками СПО зачастую является нежелание работодателей принимать специалистов, не имеющих опыта работы, а также несоответствие уровня среднего специального образования потребностям работодателей. В то же время выпускники часто не имеют достаточной мотивации в поиске работы, не видят перспективы и возможностей профессионального роста в своей специальности. Многие из них нуждаются в получении адаптационных навыков и навыков межличностной коммуникации, опыта по планированию своей жизни, приобретении осознанной позиции, которая помогла бы подросткам успешно реализовать себя в дальнейшей жизни.

Одним из способов решения этого круга проблем является разработка и внедрение современных методов работы с молодежью, направленных на развитие навыков коммуникации и социализации для усиления

конкурентоспособности уязвимой молодежи на рынке труда. Фонд Citi поддержал разработки Фонда социального развития и охраны здоровья «ФОКУС-МЕДИА», позволяющие комплексно подойти к вопросу трудоустройства и развития потенциала учащейся молодежи. Программа впервые была реализована в 2011-2012 гг. в трех колледжах города Коломны. В 2012-2013 гг. подключились три колледжа Санкт-Петербурга. В 2015 г. программа вышла на новый уровень с использованием интернет-технологий и реализуется в пяти регионах: Нижний Новгород, Волгоград, Московская область, Санкт-Петербург и Екатеринбург.

Этапы реализации

Первый этап программы (2011-2012 гг.) был реализован в течение трех лет в Московской области (Коломна) и Санкт-Петербурге и охватил более 750 студентов и выпускников профтехучилищ (колледжей), которые усовершенствовали свои знания и практические навыки в области коммуникации, социализации, устройства на работу, приняли участие в профессиональных конкурсах, стажировках в производственных организациях и получили возможность трудоустроиться в этих организациях.

С сентября 2015 года стартовал второй этап проекта, направленный на повышение конкурентоспособности выпускников профессионально-технических училищ и колледжей, в том числе детей-сирот и инвалидов, на рынке труда путем формирования мотивации, обеспечения доступа к необходимой информации, обучения навыкам и предоставления услуг по трудоустройству с помощью современных интернет-технологий.

Ключевым продуктом второго этапа стала интерактивная онлайн-платформа, которая расширит доступ студентов и уязвимой молодежи к онлайн обучению, информации о потенциальных работодателях и вакансиях. Платформа «Моя карьера» (career4me.ru) состоит из нескольких блоков:

1) обучающий блок — 11 курсов дистанционного обучения для развития коммуникативных навыков, навыков самопрезентации, написания резюме, прохождения собеседования и трудоустройства, финансового планирования, управления своими знаниями, тайм менеджмента и т.д., в соответствии с выявленными потребностями целевой группы;

2) информационный портал, включающий описание перспектив развития в профессии и возможностей получения теоретических и практических навыков, необходимых для каждой профессии, перечень учебных заведений, примеры трудоустройства и уровень зарплат в регионе и за его пределами;

3) коммуникационный блок — чат, дающий возможность общения для всех пользователей платформы, новости проекта и другое;

4) мотивационный блок — интерактивные задания для применения полученных знаний и навыков, психологические тесты, упражнения, определение своего личностного профиля и так далее;

5) мониторинговый блок — мониторинг и оценка достижений пользователей (тестирование, мониторинг и оценка полученных навыков, сбор и подсчет набранных оценок и баллов) и сертификация;

6) профессиональные и психологические тесты;

7) личный кабинет, возможность создавать и публиковать резюме — один из самых важных блоков, где можно не только сформировать качественное резюме, следуя советам и подсказкам, но и дополнить его своим портфолио и рекомендательными письмами, а также осуществлять поиск работы в своем регионе и отслеживать интересные вакансии.

Алгоритм реализации второго этапа программы:

На основе предыдущего опыта был проведен сбор и анализ информации по оценке потребностей и возможностей студентов по использованию интернет платформы для обучения и получения необходимых навыков. На основе этой информации было разработано техническое задание для создания онлайн-платформы «Моя карьера». В 5 регионах были выбраны партнерские НКО и образовательные организации, проведены несколько встреч с региональными координаторами, на которых была разработана стратегия проекта. Основной действующей силой по привлечению студентов колледжей к работе на платформе стали педагоги, для которых были организованы специальные тренинги по интерактивным методам работы с молодежью, включая работу через интернет инструмент — онлайн-платформу.

С сентября по декабрь 2015 г. обучено более 100 специалистов из 42 колледжей в пяти регионах. Прошедшие тренинги педагоги зарегистрировали на онлайн-платформе своих студентов, обеспечивая их необходимой дополнительной информацией и поддерживая их интерес к прохождению обучения и выполнению всех заданий. Всего на платформе «Моя карьера» к декабрю 2015 года было зарегистрировано более 1000 студентов. Они проходят дистанционные курсы, выполняя домашние и итоговые задания, за которые получают оценки и баллы. По итогам прохождения курсов студентами будут выбраны лучшие преподаватели, которые будут приглашены в Москву на специальный курс повышения квалификации педагогического состава, который готовится на базе экспериментальной площадки ФИРО (Федеральный институт развития образования). Всем студентам, прошедшим курсы и сформировавшим на платформе свои резюме, будут оказаны консультации и помощь в трудоустройстве. В каждом регионе кураторы программы наладят сотрудничество с местными HR-агентствами и центрами занятости и пригласят их к участию в проекте. Предыдущий опыт проекта показывает,

что HR-агентства, как правило, охотно вступают в сотрудничество для трудоустройства уязвимой молодежи. В проекте предусмотрены серии вебинаров для обучения сотрудников кадровых агентств работе с онлайн-платформой. Представители агентств по трудоустройству получают доступ к ресурсу, где будут опубликованы резюме участников проекта, и смогут искать претендентов на свои вакансии через банк резюме.

Сотрудничество

В программу вовлечено 42 средних профессиональных учреждения в пяти регионах.

В сотрудничестве с Федеральным институтом развития образования будет внедрена программа курса повышения квалификации педагогов профессионально-технических училищ «Инновационные методы в педагогической деятельности». Институт обеспечивает экспертизу и утверждает методику для преподавателей и работников системы образования. Партнер в ФИРО — Центр социализации, обучения и неформального образования. Центр поможет в дальнейшем привлечь педагогов к участию в проекте для распространения информации об онлайн-платформе среди своих учеников и использования этого инструмента в своей повседневной деятельности. Центр будет рекомендовать педагогам пройти курсы повышения квалификации в течение года, используя свои контакты и административные ресурсы, а также предоставит место для проведения этих курсов.

Программа предусматривает тесное сотрудничество с региональными администрациями, комитетами по делам молодежи, департаментами образования, учреждениями СПО, колледжами и школами, другими организациями, заинтересованными в участии в проекте своих подопечных (студентов и школьников). Программа сотрудничает с Комитетом образования и науки Волгоградской области, с Центром профессионального развития Нижегородской области, с Коломенской Торгово-Промышленной палатой, центрами занятости населения и др.

Программа реализуется в тесном сотрудничестве с НКО в каждом регионе:

Нижний Новгород — СПЦ «Доверие», Волгоград — МБУ МСК «Свет», Москва и область — ЦСКР «Наше будущее», Санкт-Петербург — ЦРНО, Фонд «Добрый Питер», Екатеринбург — Фонд развития социальных проектов «Каскад»

Привлечение волонтеров

Волонтеры Citi привлекаются к реализации программы на разных этапах: от проведения семинаров для студентов до анализа и тестирования портала при его разработке. На сайте также планируется создать возможность для студентов получить онлайн-консультацию от волонтера, специалиста в той или иной области, который будет являться сотрудником любой ком-

пании, не только Citi. Портал задумывался как открытая общественная платформа по трудоустройству выпускников колледжей.

Результаты

Разработана онлайн-платформа для формирования лидерских качеств, ответственного отношения к собственной жизни, навыков коммуникации и профориентации подростков и молодежи (в том числе из уязвимых групп) и их трудоустройства.

К программе привлечены 42 учреждения СПО из 5 регионов России.

На платформе уже зарегистрировано более 1000 участников, 684 из них успешно проходят дистанционное образование, 513 выпускников сформировали свои резюме.

100 учителей прошли подготовку по работе с онлайн-платформой. 68 педагогов используют ее в своей работе.

Налажено сотрудничество между всеми заинтересованными сторонами проекта.

Продвижение информации о программе в социальных сетях и интернете сможет привлечь внимание населения и государства к проблеме непрестижности рабочего труда. Реализация программы поможет вывести проблему на уровень общественных дискуссий, даст толчок к разработке решений и модернизации профессионального образования и трудоустройства выпускников в будущем.

Стратегия оценки

Система мониторинга и оценки программы состоит из двух компонентов:

- организации контроля обучения студентов на платформе — автоматический сбор информации о количестве пройденных обучающих курсов, выполненных домашних и итоговых заданий, полученных оценках и пройденных тестах;
- получение и анализ обратной связи от педагогов и самих пользователей платформы;

Онлайн-платформа позволяет отслеживать количество и качество компетенций, полученных пользователями. Сбор обратной связи обеспечивается взаимодействием региональных кураторов непосредственно с педагогами, ответственными за свою группу студентов.

Инструменты мониторинга и оценки:

Вторичные и первичные исследования для оценки потребностей пользователей, качественные исследования (фокус-группы), мониторинг и регистрация количества посещений платформы по различным группам пользователей, таких как учителя, студенты, работодатели и другие; обратная

связь от пользователей платформы (различные опросы, встречи, обсуждения), количество личных кабинетов на платформе, частота их посещения; анкеты для оценки тренингов и вебинаров, анализ результатов тестирования платформы.

На следующем этапе (в 2016 и 2017 гг.) запланирована доработка платформы «Моя карьера». Для обмена опытом будет организована межрегиональная конференция для преподавателей колледжей, представителей региональных и федеральных образовательных учреждений, партнерских организаций, НКО, работающих с молодежью и всех заинтересованных лиц.

Артем Шадрин

Минэкономразвития России

Очень важным инструментом, на наш взгляд, является существующая система мониторинга и оценки реализации программы с запланированными показателями эффективности. Программа доказала свою эффективность и, считаем, заслуживает дальнейшего тиражирования и поддержки.



III МЕСТО

ВОЛОНТЕРСКОЕ ДВИЖЕНИЕ ФИЛИАЛА ООО «НЕСТЛЕ РОССИЯ»
В Г. РОСТОВЕ-НА-ДОНУ: ЗАБОТА О СТАРШЕМ ПОКОЛЕНИИ
СОВМЕСТНО С РЕГИОНАЛЬНОЙ ГРУППОЙ БФ «СТАРОСТЬ В РАДОСТЬ»
ООО «НЕСТЛЕ РОССИЯ»

Цели программы: дать почувствовать людям в домах престарелых, что они кому-то нужны, внося праздник в их однообразные будни.

Сроки реализации: с 2014 года.

Целевая аудитория: одинокие пожилые люди из областных домов престарелых.

Описание программы

История волонтерского движения сотрудников филиала ООО «Нестле Россия» в г. Ростове-на-Дону в рядах активистов БФ «Старость в радость» началась в конце 2013 г. Сотрудники компании узнали о существовании региональной группы этого фонда, цель которого — дать почувствовать инвалидам и пожилым людям, живущим в домах инвалидов, ветеранов, домах престарелых, что они не одинокие, что они кому-то нужны. Сотрудники компании единодушно решили передать наборы шоколадных конфет, которые традиционно получают в подарок от компании к Новому Году, в качестве новогодних гостинцев для одиноких бабушек и дедушек из стационарных учреждений социального обслуживания населения. Но решили не просто формально передать новогодние подарки. Добровольцы лично поехали в областные дома престарелых по Ростовской области, чтобы уделить внимание людям старшего поколения.

Самая первая поездка в качестве активистов волонтерского движения «Старость в радость» стала настоящим потрясением. Своими эмоциями, впечатлениями, фотоотчетом сотрудники поделились со всеми коллегами в региональном офисе. Стало понятно, что дома престарелых — это острая и насущная проблема, о которой нужно говорить и которую надо как-то решать своими силами. Поэтому вопрос о поддержке и помощи областным домам престарелых совместно с БФ «Старость в радость» нашел горячий отклик сотрудников регионального офиса ООО «Нестле Россия» в г. Ростове-на-Дону, и с тех пор поездки в дома престарелых стали доброй традицией и неотъемлемой частью корпоративной культуры. Сотрудники регулярно приезжают в гости к подопечным фонда «Старость в радость», а это 13 стационарных учреждений социального обслуживания населения и около тысячи бабушек и дедушек, для которых сотрудники компании не волонтеры, а «внуки». Так они их называют.

Волонтеры компании навещают бабушек и дедушек по праздникам, организуя для них праздничные концерты. Они радуют стариков выступлением музыкантов, певцов, актеров, привозят им сладости, средства гигиены, а самое главное — дарят внимание, заботу, частичку своей души, что особо ценно для старшего поколения. Они помогают превратить казённое учреждение в уютное место для проживания бабушек и дедушек, сделать их пребывание максимально комфортным. Примерами тому стали приобретения газовой плиты, стиральной и швейной машинок, кухонной утвари, проведение кабельного ТВ для областных домов престарелых. Кроме того, волонтеры компании ООО «Нестле Россия» могут просто собраться небольшой группой и провести выходной день в гостях у бабушек и дедушек, занимаясь с ними творчеством, рисуя или читая стихи, играя в шахматы или шашки, или просто слушая интересные истории из их непростой жизни и просматривая их старые фотоальбомы. Традиционными в подшефных домах престарелых стали «Дни красоты», когда приглашаются мастера из салонов красоты, которые делают стрижки и укладки всем желающим, а также маникюр и уход за натруженными руками пенсионеров.

Этапы программы

Ростовская региональная группа БФ «Старость в радость» была создана в октябре 2012 года. Спустя год существования группы, в канун нового, 2014 года к волонтерскому движению примкнули сотрудники регионального офиса ООО «Нестле Россия» в г. Ростове-на-Дону.

В настоящее время на попечении ростовской региональной группы «Старость в радость» находится 13 стационарных учреждений социального обслуживания населения, в которых проживает около тысячи бабушек и дедушек, нуждающихся во внимании и заботе. За каждым домом престарелых или социально-реабилитационным отделением в региональной группе БФ «Старость в радость» закреплен куратор — волонтер, который наиболее близок с подопечными бабушками и дедушками, знает потребности и нужды данного учреждения, организующий волонтерские поездки.

Порядка 30 человек составляют «костяк» волонтерского движения в компании. Это люди, которые знают о каждой поездке в дом престарелых и которые постоянно вносят свой вклад в улучшение качества жизни пенсионеров в дома престарелых: покупают средства гигиены и ухода, медикаменты, постельное белье, одежду.

Пять сотрудников компании, самые активные волонтеры, принимают участие практически во всех поездках вместе с волонтерами фонда «Старость в радость» или самостоятельно, вне графика благотворительных поездок фонда, ездят в выходные к «своим старикам». Одна из сотрудниц увлекается танцами и всегда готовит выступления, с ней танцуют даже дедушки в инвалидных креслах.

Сотрудничество

Как правило, для организаций поездок в дома престарелых региональная группа фонда официально ведет сбор пожертвований для приобретения сладких подарков, средств гигиены и ухода. Сотрудники-волонтеры компании «Нестле Россия» самостоятельно закупают все, что необходимо для жителей домов престарелых, плюс сама компания «Нестле» передает в дар подопечным БФ «Старость в радость» сладкие подарки: плитки шоколада, наборы шоколадных конфет, которые так любят старики. Особо крупные проекты региональной группы фонда по оказанию помощи областным домам престарелых финансирует БФ «Старость в радость» (г. Москва). Например, для специализированного дома-интерната в станице Романовская Ростовской области, где проживают бывшие заключенные мест лишения свободы, было установлено 19 новых стеклопакетов в одном из корпусов на сумму свыше 150 тысяч рублей.

Волонтеры

Филиал ООО «Нестле Россия» в г. Ростове-на-Дону на данный момент — это около 180 сотрудников, свыше 60 человек — это сотрудники регионального офиса в самом Ростове-на-Дону, остальные сотрудники трудятся в городах Южного федерального округа.

У БФ «Старость в радость» есть еще и программа, которая называется «Внуки по переписке», и сотрудники компании также с регулярным постоянством пишут письма и отправляют поздравительные открытки бабушкам и дедушкам из домов престарелых по всей Ростовской области. Хочется отметить, что помощь и поддержку домам престарелых по Ростовской области оказывают непосредственно не только сотрудники из Ростова-на-Дону, но коллеги из других городов ЮФО (Краснодар, Волгоград) также вносят свою лепту в доброе и благое дело, передавая гостинцы для одиноких пенсионеров. А у коллег из Ставрополя появилась добрая традиция — ежегодно они поздравляют ветеранов из домов престарелых с Днем Победы, коллеги из Краснодара оказывают адресную помощь участникам и инвалидам Великой Отечественной войны, помогая им по хозяйству.

Наиболее активные на протяжении года волонтеры после новогодних и рождественских каникул получают от компании ООО «Нестле Россия» нагрудный значок «Лучший волонтер». Но самая большая награда и лучшее поощрение — это неподдельная радость в глазах одиноких стариков, которые не просто называют, но и считают волонтеров родными внуками.

Юлия Ракчеева

Минэкономразвития России

Желаем волонтерскому движению филиала ООО «Нестле Россия» в г. Ростове-на-Дону продолжать столь эффективно заботиться о старшем поколении, дальнейшего развития и более тесного взаимодействия с органами власти и НКО.



НОМИНАЦИЯ «ЛУЧШАЯ ПРОГРАММА (ПРОЕКТ), РАСКРЫВАЮЩАЯ ПОЛИТИКУ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ 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, указание их роли в общей работе компании, наличие развитых механизмов формирования и эффективность реализации.

Елена Феоктистова

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

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

Накопленный опыт позволяет сделать вывод о все более целенаправленной и системной социальной деятельности компаний в развитии территорий присутствия. Компании демонстрируют подходы к пониманию корпоративной ответственности как ответственности перед обществом за воздействие деятельности организаций на общество и окружающую среду, включая экономическую, экологическую и социальную результативность. При таком подходе социальная деятельность является элементом КСО в тех случаях, когда компания стремится к эффективному управлению процессами в этой сфере, как и всеми другими процессами, связанными с реализацией стратегии ее развития.

Лучшие примеры социальной деятельности компаний демонстрируют стремление сочетать собственные интересы и интересы партнеров, вовлеченных в реализацию программ, в целях достижения большего эффекта и взаимной пользы.

Многие компании сегодня строят работу, создавая корпоративные фонды, специальные подразделения и комитеты, которые координируют вопросы, связанные с благотворительной деятельностью, обосновывают направленность социальных инвестиций, разрабатывают соответствующую политику и стандарты, формируют на этой основе во взаимодействии с заинтересованными сторонами долгосрочные и партнерские программы социальных инвестиций в местные сообщества.

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.

В 2016 году в номинации РСПП были заявлены 24 программы. Экспертное жюри в очередной раз оказалось перед достаточно сложным выбором, поскольку многие программы заслуживают признания. Их отличает долгосрочная направленность и последовательность, системность и творческий подход, применение разнообразных, в том числе новаторских подходов, эффективных механизмов реализации. В большинстве случаев проводится глубокий анализ ситуации, в партнерстве с местными органами власти и некоммерческими организациями выявляются наиболее актуальные проблемы, внедряются новые технологии, социальные инвестиции приобретают долгосрочный характер.

Партнерское участие компании в проектах зачастую предполагает согласованный выбор приоритетов, распределение ответственности за исполнение, доленое финансирование, создание действенных механизмов контроля за использованием средств, обучение специалистов НКО принципам финансового и проектного управления.

Наибольшую поддержку жюри получили долгосрочные программы, раскрывающие связь с общей стратегией деятельности компании, актуальность программ для региона, результативность социальных инвестиций, наличие у компании целей, принципов, стандартов разработки и реализации программ, применение новых идей, подходов и технологий, сотрудничество и последовательность в реализации.

Программы компаний, не ставшие победителями в этом году, имеют достаточно серьезный потенциал и все шансы стать победителями в дальнейшем.

Победителями в номинации признаны программы двух компаний: АО «СУЭК» и ПАО «Ростелеком».

Программа «Молодежное предпринимательство» АО «СУЭК» — в числе долгосрочных корпоративных инициатив содействия развитию малого и среднего предпринимательства как перспективного направления диверсификации бизнеса в монопрофильных территориях присутствия СУЭК. Программа нацелена на создание условий для системной поддержки на муниципальном уровне молодежных инициатив в предпринимательской сфере, и вовлечение молодежи в эту деятельность, расширение спектра услуг для различных категорий населения, обеспечение дополнительной занятости и профессионального самоопределения школьников.

Программа «Цифровое равенство» ПАО «Ростелеком» — программа участия компании в социальных изменениях в обществе с целью повышения эффективности социального воздействия при помощи использования телекоммуникационных технологий, тарифной политики, образовательных и волонтерских программ. Ориентирована на изменение качества жизни и комплексное социальное воздействие в части устранения цифровых барьеров для социально незащищенных групп населения в регионах присутствия. Движение к этой цели достигается путем последовательной деятельности, направленной на людей старшего поколения, воспитанников детских домов, детей из семей, оказавшихся в сложной жизненной ситуации, детей с ограниченными возможностями здоровья и молодых социальных предпринимателей.

Лауреатами номинации признаны программы компаний ПАО АФК «Система» и ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен».

Программа «Забота о ветеранах» ПАО АФК «Система» — посвящена 70-летию Победы в Великой Отечественной войне и реализуется под девизом «Победа в наших сердцах». В долгосрочной программе объединены в единый комплекс проекты, направленные на всестороннюю поддержку ветеранов Великой Отечественной войны, сохранение исторической памяти, преемственность поколений и патриотическое воспитание молодежи. Реализуется в партнерстве с местными властями, профильными НКО и социальными учреждениями.

Программа «Чистые Берега» ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен» — это долгосрочный социально-экологический проект, который рассматривается во взаимосвязи с целевыми стратегическими ориентирами компании. Реализация проекта решает задачу комплексного содействия развитию местных экологических инициатив по снижению загрязнения и сохранению экосистем прибрежных территорий. Программа

ориентирована на создание устойчивой системы управления отходами и формирование экологической культуры у местного населения и туристов.

Специальным дипломом отмечен проект ОК РУСАЛ «Градостроительная стратегия как инструмент устойчивого социально-экономического развития территории» — за системный подход в разработке стратегии развития территорий на основе партнерства и активизации местного потенциала.

Участие в конкурсе помогает компаниям полнее оценивать качество и результативность собственных программ и проектов в сфере корпоративной благотворительности, способствует повышению эффективности социальной деятельности и социальных инвестиций.

Российский союз промышленников и предпринимателей отмечает растущее количество компаний, заинтересованных в повышении эффективности социальных инвестиций и стандартов деятельности в области корпоративной благотворительности, поддерживает компании в их стремлении к информационной открытости.

РСПП выражает признательность организаторам конкурса, экспертам и всем участникам.

I МЕСТО



МОЛОДЕЖНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «СИБИРСКАЯ УГОЛЬНАЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ»

Цели программы: содействие развитию малого и среднего предпринимательства как перспективного направления диверсификации бизнеса в монопрофильных территориях присутствия СУЭК;

Сроки реализации: с 2014 года

Бюджет: 7 млн рублей

Целевая аудитория: Профильные сотрудники муниципальных структур, предприниматели, учащиеся старших классов.

Описание программы

Сибирская Угольная Энергетическая Компания — одна из ведущих угледобывающих компаний мира и крупнейший производитель угля в России. На предприятиях СУЭК, расположенных в семи регионах Сибири и Дальнего Востока, работают свыше 32 тысяч человек. 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.

Стратегия социальной деятельности СУЭК базируется на согласованности задач развития конкретной территории и бизнес-стратегии компании. Особое внимание уделяется формированию у местных сообществ потенциала развития — инфраструктуры и знаний, позволяющих самостоятельно решать актуальные задачи, привлекать необходимые ресурсы. Развитие человеческого капитала также считается базовым условием устойчивого развития территорий.

Социальные программы СУЭК реализует некоммерческая организация «Фонд социально-экономической поддержки регионов «СУЭК-РЕГИОНАМ», созданный в 2006 году в целях повышения эффективности социальных инвестиций Компании.

Большинство территорий, где расположены предприятия компании, имеют моноотраслевую структуру хозяйства. Отсутствие достаточного числа альтернатив трудоустройства приводит к оттоку в большие города активной части населения, в основном молодежи. Проблема усугубляется территориальной удаленностью, слабой развитостью системы услуг, неразвитостью сферы досуга. Поэтому значительная часть социальных проектов, реализуемых СУЭК, направлена на молодежь.

Проект «Молодежное предпринимательство», стартовавший в 2014 году на трех территориях присутствия СУЭК (Республика Бурятия, Красноярский край, Кемеровская область), в 2015 году реализовывался в других территориях присутствия компании — Республике Хакасия, Хабаровском и Приморском краях.

Задачи программы

- создание условий для системной работы на муниципальном уровне по поддержке молодежных инициатив в предпринимательской сфере;
- вовлечение молодежи и школьников в предпринимательскую деятельность в монопрофильных территориях присутствия СУЭК;
- расширение спектра услуг для молодежи и других малообеспеченных слоев населения в территориях присутствия Компании;
- создание условий для социальной адаптации, дополнительной занятости и профессионального самоопределения школьников.

Механизм реализации: обучающие семинары, олимпиады, деловые игры, конкурсы школьных бизнес-проектов.

Этапы

1. В феврале 2015 года в каждой из трех территорий состоялись рабочие встречи по запуску проекта «Молодежное предпринимательство». Сформированы муниципальные команды по работе со школьниками в сфере предпринимательства из числа сотрудников управлений образования, преподавателей школ, предпринимателей и представителей муниципальных структур поддержки малого бизнеса.
2. Проведены три сетевых обучающих семинара и тренинги для муниципальных команд по постановке и решению задач школьного предпринимательства.
3. Проведены мероприятия на местах по вовлечению школьников в предпринимательскую деятельность (анкетирование школьников на выявление интереса к предпринимательству, деловые игры, тренинги).
4. В июне проведены мониторинговые поездки в г. Черногорск и Усть-Абаканский район Республики Хакасия, п. Чегдомын Хабаровского края и п. Новошахтинский Приморского края.
5. 25 октября — 4 ноября 2015 г. в Сочи работал экономический лагерь для школьников «Территория успеха», в котором приняли участие 30 подростков, показавших наилучшие результаты по итогам проектов «Молодежное предпринимательство» и «Предприимчивое обучение и трудовое воспитание молодежи»; работники муниципальных учреждений общего образования, представители управлений образования

муниципалитетов. В игровой форме ребята получили максимальное количество знаний и навыков, необходимых для успешной реализации себя во «взрослой» жизни, правильного профессионального самоопределения и выбора жизненного пути. Вот некоторые темы тренингов в рамках учебного блока игры «Территория успеха»: «Технология проектирования», «Креативность в предпринимательстве — генерация бизнес-идей», «Как создать успешный рыночный продукт», «Партнерство или конкуренция». По условиям игры, каждый участник (или группа партнеров) получил возможность реализовать свои способности и умения, предлагая остальным гражданам «Территории успеха» уникальные товары и услуги. Юные предприниматели по всем правилам регистрировали свои предприятия, а для организации дела (производство, реклама, привлечение партнеров, аренда помещений и оборудования) задействовали начальный капитал, кредиты банка, субсидии, а главное — использовали знания, полученные в ходе учебных тренингов и консультаций бизнес-тренеров.

Для участия в экономическом лагере были отобраны ребята, наиболее ярко проявившие себя в проекте 2014 года, где они уже предлагали и успешно апробировали свои бизнес-идеи. И многие из этих идей они смогли воплотить в своих проектах уже в Сочи, используя предыдущий опыт и новые знания.

По итогам игры компетентное жюри определило результаты работы каждого участника по таким параметрам, как эффективность, количество клиентов и полученный доход. По совокупности этих показателей были выявлены участники, занявшие 1, 2 и 3 места и получившие дипломы победителей и ценные призы от организаторов на торжественной церемонии подведения итогов экономического лагеря. Также были определены победители по специальным номинациям (к примеру «лучший менеджер по продажам», «за быстрый старт», «искусство в бизнесе», «мастер — золотые руки», «лучший партнер», «за решительность и упорство»), которым также были вручены подарки и дипломы.

Результаты

- Проведены три обучающих семинара и тренинги для муниципальных команд по постановке и решению задач школьного предпринимательства.
- Проведены мероприятия по вовлечению школьников в предпринимательскую деятельность (анкетирование школьников на выявление интереса к предпринимательству, деловые игры «Создай свой бизнес», «Путь к успеху», «Юный предприниматель», «Моя бизнес-идея», тренинги самоопределения «Я — предприниматель», конкурсы школьных

бизнес-идей) — всего в мероприятиях приняло участие более 1500 школьников.

- Созданы условия для социальной адаптации, профессионального самоопределения и выбора возможной профессии школьниками-участниками проекта.
- Обеспечена трудовая занятость школьников в летний и каникулярный период и во внеурочное время.
- Более 50 публикаций в местных и региональных СМИ
- Созданы условия для дополнительного заработка детьми из малообеспеченных семей.
- Разработаны и апробированы 87 школьных бизнес — проектов.

Елена Феоктистова

РСПП

Программу отличает высокая культура корпоративной благотворительности, долгосрочный характер. Мероприятия программы содействуют развитию молодежного предпринимательства как перспективного направления диверсификации бизнеса в монопрофильных территориях присутствия. Создаются условия для вовлечения молодежи и школьников в предпринимательскую деятельность, а также решения таких важных задач, как социальная адаптация, расширение возможностей занятости и профессионального самоопределения школьников.



I МЕСТО

СОЦИАЛЬНАЯ ПРОГРАММА «ЦИФРОВОЕ РАВЕНСТВО –
ТЕХНОЛОГИИ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ»
ПАО «РОСТЕЛЕКОМ»

Цели программы: устранение цифровых барьеров для социально незащищенных групп населения в регионах присутствия «Ростелекома».

Сроки реализации: с 2016 года

Бюджет: 14,3 млн рублей

Целевая аудитория: социально уязвимые слои населения, для которых затруднен доступ к современным цифровым технологиям и услугам

Описание программы

2015 год стал годом переосмысления подходов компании к участию в социальных изменениях в обществе с целью повышения эффективности социального воздействия.

«Ростелеком» применяет инновационные технологические решения, развивая цифровой рынок России, поэтому новой рамкой социальной ответственности компании стали задачи превентивного социального воздействия, которое компания планирует осуществлять при помощи использования своих технологий, тарифной политики, образовательных и волонтерских программ.

Следствием нового подхода в конце 2015 года стало создание социальной программы «Цифровое Равенство», разработанной при помощи экспертов рынка. Программа «Цифровое Равенство» стала логическим продолжением программы «Устранения Цифрового Неравенства», оператором которой «Ростелеком» является с 2014 года.

Программа «Цифровое Равенство» направлена на устранение цифровых барьеров для категорий граждан, подпадающих под их действие в регионах присутствия компании. Программа сформирована как цепочка последовательных воздействий: от краткосрочных эффектов обучения навыкам активного пользования интернетом для категорий граждан, испытывающих влияние цифрового барьера, до глобальных результатов изменения качества жизни у всех групп благополучателей программы во всех регионах ее действия.

Движение к заявленной цели программы достигается через цепочку последовательных воздействий, направленных в конечном итоге на изменение качества жизни подопечных.

Для этого «Ростелекомом» в сотрудничестве с партнерами решается следующий комплекс задач:

- Обеспечение отдельным категориям подопечных программы «Цифровое Равенство» доступа к сети интернет и современным информационно-коммуникационным технологиям за счет предоставления точек доступа, оборудования, программного обеспечения, подключения к сети интернет на бесплатной основе или по специальным социальным тарифам.
- Реализация обучающих и образовательных проектов для равных возможностей овладения навыками пользования телекоммуникационными услугами всеми социально незащищенными группами населения в каждом регионе.
- Обеспечение возможности получения дистанционного образования с помощью информационно-коммуникационных технологий для отдельных целевых групп благополучателей программы.
- Содействие развитию технологического социального предпринимательства в сфере ИКТ, поддержка интернет-проектов, реализуемых для решения локальных социальных проблем, а также распространение знаний об интернет-технологиях среди целевых аудиторий программы и шире — потенциальных клиентов «Ростелеком».

В настоящее время в рамках программы ведется работа со следующими группами благополучателей:

- люди старшего поколения: обучение компьютерной грамотности, навыкам работы в сети интернет, получению госуслуг в электронном виде;
- воспитанники детских домов, дети из семей, оказавшихся в сложной жизненной ситуации: компьютеризация и подключение к интернету детских домов, обучение интернет-технологиям, обучение социальным навыкам;
- дети с ограниченными возможностями здоровья, которым необходимо получение дистанционного образования на дому;
- молодые социальные предприниматели, занимающиеся интернет-проектами в рамках социального предпринимательства.

В качестве приоритетных дополнительных целевых аудиторий компания рассматривает следующие: жители сельских территорий и малонаселенных пунктов, жители моногородов, матери-одиночки, увольняемые в запас военнослужащие срочной и контрактной службы, работники невостребованных специальностей, нуждающиеся в новой профориентации.

Программа «Цифровое Равенство» объединила 7 проектов «Ростелекома», прошедших успешное пилотирование в отдельных регионах РФ, и запланировала их системное внедрение уже в рамках единой программы в 2016 году.

1. Социально-партнёрский проект «Азбука интернета»

В 2014 году «Ростелеком» и Пенсионный фонд Российской Федерации подписали соглашение о сотрудничестве в сфере обучения пенсионеров компьютерной грамотности. В рамках реализации Соглашения в 2014 году «Ростелеком» и ПФР подготовили специальное образовательное пособие для пожилых людей — «Азбука Интернета». Цель проекта — облегчить старшему поколению доступ к получению государственных услуг в электронном виде через сеть интернет и повысить качество их жизни посредством обучения компьютерной грамотности.

Пособие разработано специалистами: педагогами, психологами-геронтологами и ИТ-специалистами. Материал можно использовать как самоучитель при работе на компьютере и в сети интернет, а также в качестве учебника для широко распространенных в субъектах Российской Федерации специализированных курсов компьютерной грамотности для пенсионеров. Существенным подспорьем для преподавателей на территории всей России стала электронная версия учебника «Азбука интернета», которая размещена на специально созданном в рамках проекта обучающем портале www.azbukainterneta.ru. На портале кроме учебника «Азбука Интернета» размещены методические рекомендации по преподаванию пожилым людям основ работы на компьютере и в сети интернет, наглядные пособия, презентации к каждой теме учебника, полезные ссылки и рекомендации преподавателям об особенностях обучения людей старшего поколения, о необходимом техническом оснащении классов и много другой полезной информации. Предусмотрена также возможность задавать вопросы, возникающие в процессе обучения, разработчикам учебника и портала.

В дополнение к базовому курсу обучения ведется разработка дополнительных модулей, которые будут служить основой для формирования расширенного курса для пенсионеров, ранее уже освоивших азы работы на компьютере и в интернете. В июле 2015 года были разработаны и размещены на интернет-портале три модуля, в которых подробно освещены вопросы выбора домашнего компьютера и дополнительного оборудования к нему, даны подробные рекомендации по пользованию социальными сетями и региональными интернет-сервисами — сайтами региональных органов власти, предприятий, оказывающих услуги ЖКХ и других.

2. Социально-партнёрский проект РОСТ — дистанционное образование детей из детских домов и из многодетных семей

С 2013 года ПАО «Ростелеком» совместно с АНО «РОСТ» осуществляет проект дистанционного обучения «РОСТ». Благодаря данному проекту в течение ближайших десяти лет будет обеспечена доступность услуг связи для людей, проживающих в сельской местности в удаленных и труднодоступных районах. У несколько сотен жителей появится возможность пользоваться различными Интернет-ресурсами на высоких скоростях.

Цель проекта — поддержка, развитие, образование, социализация и трудоустройство воспитанников, выпускников детских домов и интернатов, а также детей, оставшихся без попечения родителей.

Для проекта были разработаны специальные цифровые учебные материалы — электронные учебники, сочетающие учебный текст, интерактивные теоретические и практические материалы, видео-уроки, аудио- и видеокomentarии учителя. На сегодняшний день проведено около 4000 учебных занятий по основным школьным предметам. В проект вовлечены талантливые, высокопрофессиональные преподаватели со всех уголков страны, которые способны качественно подготовить детей к ЕГЭ, а также волонтеры и преподаватели из Голландии, Франции и США.

3. Компьютеризация подшефных детских домов

В рамках данного направления компания «Ростелеком» осуществляет оснащение компьютерами, оргтехникой, обеспечение телекоммуникационными услугами подшефных детских домов. В настоящее время в рамках проекта компьютеризированы 83 подшефных детских дома.

Шефство над детскими домами осуществляется при взаимодействии с региональными органами власти.

В 2015 году компанией было направлено 6 821 415 млн рублей на приобретение компьютеров и оргтехники для оснащения классов, бытовой техники, учебных пособий и художественной литературы, а также мебели и одежды для детских домов. Несмотря на стратегию постепенного отказа от прямых инвестиций в своей благотворительной деятельности, компания будет продолжать инвестировать в формирование стабильной социальной среды и повышение качества жизни для этой категории подопечных в рамках программы «Цифровое Равенство», пока не найдет партнера, который сможет закрыть это направление собственными продуктами и услугами. Эффективность проекта отчасти повышается за счет того, что компьютеризация детских домов осуществляется поставкой компьютерной техники, высвобождаемой в рамках планового обновления парка компьютеров и оргтехники в подразделениях «Ростелекома».

4. Социально-партнерский проект «Полдень»

В 2015 году «Ростелеком» продолжил реализацию совместного проекта с Межрегиональной общественной организацией «Общество образовательного и творческого досуга «Игры будущего». Цель проекта — внедрение в детских домах и интернатах интерактивной образовательной программы социальной адаптации воспитанников «Полдень». Сотрудники «Ростелекома» помогают выпускникам детских учреждений развить трудовые навыки, компетенции и ценностные ориентиры, необходимые для успешной самостоятельной жизни. Методика модуля разработана в Центре интерактивных образовательных технологий (ЦИОТ) Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова и активно применяется при обучении студентов университета в ситуационных деловых играх. Детям дается возможность самостоятельно принять участие в специально конструируемой сложной ситуации и тем самым получить опыт, обнаружить свое незнание или достигнуть понимания. В рамках работы по проекту «Полдень» разработана интерактивная игра по обучению воспитанников детских учреждений профессиям в сфере телекоммуникаций.

5. Проект «Изучи интернет — управляй им!»

Социальный проект «Ростелекома» и Координационного Центра национального домена сети интернет был запущен в сентябре 2011 года и нацелен увеличить уровень цифровой образованности молодых пользователей сети интернет в России.

Цель проекта — мотивация подрастающего поколения к повышению интернет-грамотности посредством разработки онлайн-игры.

Проект в доступной и интересной форме обучает возможностям всемирной паутины и дает базовые знания об устройстве и принципах функционирования сети интернет. Данное приложение можно скачать на любое мобильное устройство. Проект положил начало Всероссийскому чемпионату по интернет-игре, в которой участвуют школьники и учащиеся вузов. «Изучи интернет — Управляй им!» — так называется эта flash-игра, созданная по образу «Своей игры». Перед выполнением задания пользователям дается информация по какому-либо вопросу, связанному с интернетом, и игрок должен правильно ответить на вопросы, набрав максимальное количество баллов. Традиционно чемпионат проводится в индивидуальном и командном зачетах.

6. Социально-партнерский проект поддержки молодых социальных предпринимателей в рамках программы Social Impact Award.

ПАО «Ростелеком» совместно с центром поддержки социально значимых предпринимательских инициатив Impact Hub Moscow на протяжении двух

лет организывает конкурс Social Impact Award. Цель проекта — поддержка социального предпринимательства и начинающих социальных предпринимателей до 30 лет, которые стремятся к решению насущных проблем общества и экономики.

Для подготовки к конкурсу организаторы проводят открытые семинары и мастер-классы по ключевым темам: от исследования целевой аудитории до написания бизнес-плана. Обучение проходит дистанционно — для участников из любого города России, и очно — в Москве, Екатеринбурге, Калининграде, Каменске-Уральском, Красноярске, Новокузнецке, Самаре. В мероприятиях принимают участие более 2500 человек.

Первый этап отбора — онлайн-заявка, 15 проектов бесплатно проходят инкубационную программу 90 days challenge. Программа проводится дистанционно. Второй этап отбора — очное представление результатов инкубационной программы жюри. Три лучших проекта получают стипендию 120 000 рублей каждый.

В рамках своей поддержки конкурса Social Impact Award «Ростелеком» с 2015 учредил специальную номинацию для интернет-проектов в сфере социального предпринимательства «Интернет для лучшего мира». Номинация направлена на поиск проектов, осуществляющих основную деятельность в интернете или с его помощью для решения насущных социальных проблем, а также распространения знаний об интернет-технологиях, в том числе среди социально незащищенных слоев населения. «Ростелеком» неслучайно является партнером специальной номинации, поскольку компания заинтересована в развитии молодежного предпринимательства в конкретной сфере. Представители Компании участвуют в отборе финалистов, награждении победителя, а также в дальнейшем отслеживают историю проекта.

7. Проект «Дистанционное обучение детей с ограниченными возможностями»

Благодаря интернету от «Ростелекома» дети с ограниченными возможностями изучают школьную программу на дому. Учителя — участники проекта прошли специальные курсы, чтобы овладеть навыками дистанционного преподавания школьных предметов. Процесс обучения происходит в режиме реального времени при помощи интерактивной видеосвязи, во время которой преподаватели контролируют знания учащихся и оценивают их. Выход в интернет зачастую открывает детям-инвалидам дорогу в новый мир, дает возможность реализовать себя и свои потребности. Создание интерактивного образовательного сообщества позволяет ребенку не только получать качественное образование посредством дистанционных технологий, но и общаться со сверстниками, ориентироваться в окружающей социаль-

ной среде и решать задачи профессионального самоопределения личности. В 2015 году в проекте приняли участие более 3 000 детей.

Сотрудничество

Реализация программы и её отдельных направлений (проектов) осуществляется в тесном взаимодействии с партнёрами, в качестве которых выступают государственные организации, региональные органы власти, НКО, эксперты.

Этапы реализации программы

Реализация программы «Цифровое Равенство» условно разбита на три этапа. Так как данная программа также служит моделью, на которой будут апробироваться новые подходы «Ростелекома» к управлению своими социальными проектами, полученный опыт реализации программы и каждого из её этапов будет использован для дальнейшего внедрения в социальную практику компании.

1 этап. Формирование программы «Цифровое равенство» и её пилотная реализация. Разработка параметров её оценки.

Выработка единой концепции интегрированной программы и параметров ее оценки. Сбор данных по портрету проблемы и благополучателей, оценка рисков. Пилотирование программы в отдельных регионах. Оценка результатов пилотирования программы по выбранным критериям. Структурирование социальной практики компании. Переход от практики разрозненных социальных и благотворительных проектов к интегрированным программам с ожидаемыми эффектами социального воздействия. Отработка подходов к параметризации социальных проектов, оценки их результатов. Учет отрицательного опыта и работа с рисками.

2 этап. Масштабирование программы на всю территорию РФ. Отладка системы управления эффективностью, оценки социальных эффектов.

Расширение программы за счет тиражирования входящих в неё проектов на все регионы присутствия «Ростелекома». Привлечение в каждом регионе партнёрских организаций. Формирование системы обратной связи с благополучателями, а также с партнёрами (НКО, органами власти, волонтерским корпусом). Экспертиза эффективности, учет прямых и косвенных затрат, мониторинг социальных изменений. По завершению данного этапа будет проведен всесторонний анализ достигнутых результатов, социальных эффектов, учет негативного опыта. На основании этого будет разработана новая версия программы (см. 3 этап). Системное внедрение в социальную практику «Ростелекома» программно-целевого подхода, когда реализация проектов не сводится к распределению средств между благополучателями, а направлена на достижение конкретных заявленных целей,

с ожидаемыми социальными эффектами, предполагающими качественные сдвиги. Стандартизация подходов к управлению результатами социальной практики компании. Оптимизация ресурсов и процессов. Системный мониторинг финансовой и социальной эффективности.

3 Этап. Расширение и модификация программы за счет включения новых ЦА (благополучателей), а также развития новых подходов к работе с целевыми аудиториями, коррекции целей и инструментария.

Поэтапное включение в программу «Цифровое равенство» новых категорий благополучателей из числа социально уязвимых групп населения. Коррекция задач и инструментария на основе более глубокого изучения проблем (портрет социальной проблемы с учетом потребностей благополучателя). Формирование механизма гибкого управления программой для повышения её эффективности (обратная связь с благополучателями и стейкхолдерами, управление рисками, модульный характер проектов, оптимизация ресурсов). Разработка новой единой модели социальной политики «Ростелекома», увязанной с долгосрочной стратегией компании. Внутренний запрос на повышение эффективности, возможностей масштабирования и выработку четких критериев оценки для благотворительных программ компании позволяет надеяться, что по результатам пилотирования программы «Цифровое Равенство» у «Ростелекома» появятся четкие критерии для уточнения стратегических приоритетов своей благотворительной деятельности, которые приведут к повышению эффективности программной деятельности компании.

Стратегия оценки

Постановка проблемы, текущее состояние.

До последнего времени социальные проекты, реализуемые компанией «Ростелеком», ее филиалами и дочерними обществами, носили разрозненный характер. Мониторинг результативности проектов находился в зачаточном состоянии, не было стандартизированных подходов к выработке целевых показателей, оценке результативности, комплексного учета прямых и косвенных затрат. Многие благотворительные проекты компании формировались в отрыве от стратегии компании и её бизнес-задач. Во многом это было обусловлено тем, что не были завершены процессы интеграции компании — еще несколько лет назад «Ростелеком» представлял собой холдинг, состоящий из головной компании и множества присоединенных к нему дочерних обществ (межрегиональных компаний связи и др.), каждое из которых имело собственную политику в сфере КСО. К настоящему моменту процесс интеграции компании находится в завершающей стадии, и это стало объективной причиной для формирования интегрированной

социальной политики, выработке подходов к управлению эффективностью социальных программ.

Выработка интегрированных подходов к реализации социальной политики и оценке ее результатов на примере пилотирования программы «Цифровое Равенство».

При разработке интегрированной социальной политики, в целях повышения эффективности своего социального воздействия компания руководствуется следующими постулатами:

- социальная политика должна быть увязана с долгосрочной стратегией компании, её миссией, бизнес-задачами, позитивно отражаться на её финансовых показателях, инвестиционной привлекательности, репутационном капитале.
- должна быть разработана и внедрена модель управления эффективностью социальной политики, основанная на управлении целями, внедрении системы обратной связи с благополучателями и стейкхолдерами, оценке социального воздействия и возврата на социальные инвестиции.
- социальная практика компании должна способствовать распространению технологий, продуктов и услуг «Ростелекома», повышению их доступности, и таким образом, укреплять лидерские позиции «Ростелекома» на рынке ИКТ.

Планируемое продолжение программы

После завершения этапа пилотирования программы «Цифровое равенство» и ее тиражирования на все регионы присутствия «Ростелеком» (все регионы РФ) будет проведен анализ её эффективности, достигнутых результатов и социальных эффектов. После этого будет принято решение о расширении проектов программы по следующим возможным направлениям:

- Разработка специальных проектов и включение в программу «Цифровое Равенство» дополнительных целевых аудиторий (благополучателей) из числа социально уязвимых групп населения (инвалиды, матери-одиночки, жители моногородов, жители малонаселенных пунктов, лица, вернувшиеся из мест лишения свободы и др.).
- Расширение спектра социального воздействия: смещение акцентов с инфраструктурно-технологической (доступ к интернету, компьютеризация) и обучающе-образовательной (обучение компьютерной грамотности, навыкам ИКТ, дистанционное образование) задач ликвидации «цифровых барьеров» для социально-уязвимых слоев населения на проекты, содействующие более активному использованию благополучателями информационно-коммуникационных технологий,

повышению их качества жизни, социальной мобильности (содействие трудоустройству, самозанятости, предложение работы над новыми ИКТ-продуктами «Ростелекома» в качестве тестировщиков и т.д.).

- Программа, постепенно расширяясь и модифицируясь, в конечном итоге должна максимально приблизиться к своей конечной цели — охватить все социально уязвимые категории граждан РФ, повысив качество жизни за счет устранения цифровых барьеров.

Елена Феоктистова

РСПП

Программа ориентирована на повышение качества жизни за счет расширения доступа к информационным технологиям для таких категорий населения, как люди старшего поколения, воспитанники детских домов, дети из семей, оказавшихся в сложной жизненной ситуации, и дети с ограниченными возможностями. Благодаря программам «Ростелекома» эти категории населения получают более широкие возможности доступа к современным информационным технологиям, что способствует снижению барьеров и неравенства в обществе. Участие в этой программе социальных предпринимателей создает для них дополнительные возможности успешной деятельности.

II МЕСТО



СОЦИАЛЬНАЯ ПРОГРАММА «ЗАБОТА О ВЕТЕРАНАХ» К 70-ЛЕТИЮ ПОБЕДЫ В ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЕ («ПОБЕДА В НАШИХ СЕРДЦАХ») ПАО АФК «СИСТЕМА»

Цели программы: всесторонняя поддержка ветеранов Великой Отечественной войны, сохранение исторической памяти, преемственности поколений и патриотическое воспитание молодежи.

Сроки реализации: с 2015 года.

Бюджет: 60 млн рублей.

Целевая аудитория: ветераны Великой Отечественной войны, труженики тыла и приравненные к ним категории граждан (включая ветеранов Корпорации), нуждающиеся в помощи, внимании и заботе, а также профильные НКО и социальные учреждения (пансионаты, госпитали), осуществляющие работу с ветеранами; воспитанники подшефных социальных учреждений Благотворительного фонда «Система» и дети сотрудников компаний Группы АФК «Система», которые участвуют в мероприятиях для ветеранов и образовательных проектах, направленных на расширение знаний молодого поколения об истории Великой Отечественной войны.

Задачи программы

- выявить наиболее актуальные социальные потребности ветеранов и оказать адресную помощь участникам войны;
- проявить заслуженное внимание и заботу по отношению к ветеранам и способствовать сохранению преемственности поколений;
- следовать лучшим традициям и создавать новые инициативы по сохранению памяти павших воинов в Великой Отечественной войне;
- привлечь внимание бизнеса и общественности к нуждам старшего поколения и консолидировать усилия государства, бизнеса и НКО через внедрение эффективной модели социального партнёрства.

Описание программы

Сохранение исторической памяти, преемственности поколений, уважительное отношение к людям старшего поколения и забота о них являются залогом стабильного развития общества. АФК «Система» и Благотворительный фонд «Система», являющийся основным инструментом реализации социальной политики корпорации, всегда уделяли особое внимание этим вопросам в рамках партнерской социально-благотворительной деятельности.

Потребности у ветеранов очень разные: от решения материальных вопросов (приобретения бытовой техники, инвалидных колясок, продуктов

и т.д.) до практической помощи в быту. Одиноким ветеранам прежде всего необходимо общение с молодым поколением, включенность в современную жизнь, возможность передавать свой опыт, знания, память о войне. Забота и внимание продлевают ветеранам жизнь. Многие ветераны Великой Отечественной войны находятся в домах престарелых, где всегда нужны рабочие руки, а также одежда, мебель, медицинское оборудование и прочие предметы первой необходимости. При этом актуальным для большинства пожилых людей является получение качественной медицинской помощи, необходимых обследований, консультаций и процедур.

Запуск программы «Забота о ветеранах» весной 2015 года стал результатом совместной инициативы АФК «Система», Правительства Москвы и столичных ветеранских организаций, объединённых под эгидой Московского городского совета ветеранов войны, труда, Вооруженных Сил и правоохранительных органов (МГСВ).

В феврале 2015 года, накануне Дня защитника Отечества, впервые состоялась встреча руководства Корпорации с активистами общественных объединений фронтовиков при участии Комитета общественных связей г. Москвы, по итогам которой была создана совместная рабочая группа из представителей МГСВ и Благотворительного фонда «Система» для проработки программы сотрудничества, исходя из реальных нужд ветеранов. В реализацию проекта также непосредственно вовлечены Департамент труда и социальной защиты населения г. Москвы, Группа компаний «Медси» — крупнейшая российская сеть частных клиник, входящая в АФК «Система», а также другие дочерние компании Корпорации, волонтеры и внешние социальные партнеры.

Основными направлениями сотрудничества АФК «Система», Правительства Москвы и Московского Совета ветеранов стали:

- повышение уровня жизни граждан старшего поколения, улучшение здоровья ветеранов и пенсионеров, в том числе создание условий для предоставления оздоровительных, консультативных, культурно-досуговых услуг;
- совершенствование форм и видов социальной поддержки, включая развитие благотворительной деятельности в целях оказания адресной помощи нуждающимся, в том числе проведение волонтерских акций в госпиталях и реабилитационных центрах;
- патриотическое воспитание и просвещение молодежи, в том числе на базе военно-исторических музеев, образовательных учреждений и ветеранских организаций.

В первую очередь, соглашение предусматривает взаимодействие по стационарному, амбулаторному и реабилитационно-восстановитель-

ному лечению ветеранов войны. Еще в 2012 году в сеть клиник МЕДСИ вошли несколько ведомственных медицинских учреждений Правительства Москвы, где ранее за счет бюджетных средств обслуживались ветераны Великой Отечественной войны, участники трудового тыла и лица, приравненные к ним. Компания взяла на себя заботу о здоровье данной категории пациентов за счет собственных средств. Они получают качественную медицинскую помощь в клиниках, к которым привыкли, обращаются к тем же врачам, которым давно доверяют. В настоящее время в столичных клиниках и стационарах ГК «Медси» прикреплены для бесплатного медицинского обслуживания около 300 ветеранов войны, труда, участников трудового фронта и приравненных к ним категориям граждан.

В 2015 году была запущена совместная программа «Забота о ветеранах», реализуемая БФ «Система» в партнерстве с ГК «Медси», Департаментом труда и социальной защиты г. Москвы и Советом ветеранов, предполагающая бесплатное санаторно-курортное лечение фронтовиков на базе подмосковного Санатория МЕДСИ «Отрадное» — одной из немногих российских здравниц, специалисты которой имеют необходимую квалификацию и опыт в медицинской реабилитации лиц пожилого возраста. Специально для данной категории пациентов разработана индивидуальная программа медицинской реабилитации с учетом особенностей здоровья, организованы четырехразовое питание, проживание в комфортабельных номерах категории люкс, творческая досуговая программа с участием сотрудников компании и членов их семей. В 2015 году бесплатный двухнедельный курс санаторно-курортного лечения прошли 260 ветеранов. Планируется, что в 2016 году путевки получат еще 450 участников войны и тружеников тыла.

Помимо ветеранов, проживающих в Московском регионе, к программе подключились участники Великой Отечественной войны из других регионов присутствия АФК «Система». 12 октября 2015 г. в Санаторий «Отрадное» для прохождения курса реабилитации прибыла группа ветеранов из Карелии, что стало возможным благодаря Благотворительному фонду поддержки ветеранов Сегежского целлюлозно-бумажного комбината, входящего в Segezha Group — дочернюю компанию Корпорации.

В реализации программы активное участие принимают добровольцы из числа сотрудников АФК «Система» и ее дочерних компаний. Концерты, тематические вечера, акции памяти, субботники и встречи с молодежью, — это лишь малая часть того, что сделали сотрудники корпорации для ветеранов.

В канун Дня Победы стартовала волонтерская акция «Помоги ветерану!», организованная Волонтерским центром БФ «Система», в ходе которой

более 60 сотрудников Корпорации и членов их семей посетили и поздравили свыше 100 ветеранов, проживающих в Москве, Химках, Мытищах, Щелково, Ногинске, Красноармейске, Егорьевске, ст. Томилино, вручили им продуктовые наборы к праздничному столу, оказали адресную помощь на дому и записали воспоминания о военных годах.

30 мая на территории санатория «Отрадное» прошел посвященный 70-летию Победы волонтерский экологический субботник по благоустройству территории, в котором приняло участие около 3 тысяч сотрудников Корпорации, а топ-менеджерами корпорации совместно с представителями Совета ветеранов была заложена мемориальная Аллея Победы.

К юбилею Победы также была приурочена впервые организованная БФ «Система» серия волонтерских туров и субботников «Волонтерский сад Победы» под лозунгом «Победа в наших сердцах». В рамках акции сотрудники Корпорации приняли участие в благоустройстве территории 4-х подшефных детских домов, где были организованы праздничные встречи детей и ветеранов. Волонтеры поздравили ветеранов с 70-летием Победы в Великой Отечественной войне и вручили памятные подарки.

Каждый год БФ «Система» организует поздравление ветеранов корпорации. 28 апреля в Центральном доме ученых в Москве состоялось торжественное чествование около 200 ветеранов войны и труда — бывших сотрудников предприятий, входящих в Группу АФК «Система».

В 2015 году была впервые реализована практика адресной доставки ценных подарков ветеранам Великой Отечественной войны. На торжественном мероприятии почетным гостям были вручены именные сертификаты на бытовую технику, которую они выбрали лично: телевизоры, холодильники, пылесосы, стиральные машины, кухонные электроплиты, кухонные комбайны, соковыжималки и микроволновые печи обрели заботливых хозяев в канун 70-летия Победы.

АФК «Система» выступила партнером чествования ветеранов авиации и космонавтики «Крылья Победы» в рамках Международного авиационно-космического салона МАКС-2015.

16 мая в концертном зале Музея Великой Отечественной войны на Поклонной горе при поддержке АФК «Система» и МТС состоялся большой юбилейный праздничный концерт «Салют Победы!» для 250 ветеранов 12 административных округов столицы, организованный на благотворительной основе Московским городским Советом ветеранов. Перед гостями выступили артисты Государственного академического театра танца «Гжель» и детские творческие коллективы — лауреаты фестиваля «Россия начинается с тебя!». В торжественном мероприятии приняли участие

и хоровые коллективы ветеранов. 24 мая МТС провела в Екатерининском парке традиционную волонтерскую акцию «Танго Победы»: праздничные танцевальные мастер-классы в стиле 40–50-х годов под духовой оркестр для ветеранов.

Важной составляющей программы является сохранение исторической памяти о событиях военных лет и поддержание связи поколений. В рамках социально-просветительской акции «Живая история» более 1000 воспитанников детских домов Москвы, Московской, Владимирской и Тверской областей посетили бесплатные историко-патриотические экскурсии, организованные Благотворительным фондом «Система» с помощью волонтеров Корпорации.

Для московских школьников и воспитанников детских домов также был проведен фотоконкурс, организованный проектным офисом «Школа новых технологий» при Департаментах образования и информационных технологий города Москвы совместно с БФ «Система» и компанией Сапоп. Конкурс был направлен на раскрытие творческого потенциала учащихся, информирование школьников о Победе и ее героях, поиск и публикацию новых сведений о Великой Отечественной войне и ее участниках.

Для школ МТС совместно с РГГУ была подготовлена интеллектуально-просветительская викторина «Война. Что мы о ней знаем?», которая рассказывает о важных событиях, фактах и героях Великой Отечественной войны. С использованием викторины волонтеры компании провели ряд открытых уроков и вебинаров при поддержке Департамента образования и Департамента информационных технологий Москвы.

Волонтеры корпорации внесли свой вклад в увековечение памяти о героях Великой Отечественной войны. Сотрудники Группы МТС создали уникальную Книгу Памяти «Жизнь во время войны. 1941–1945 гг.», куда вошли фотографии и 327 историй фронтовиков, присланные их родственниками. Экземпляры книги были переданы в библиотеку Совета ветеранов и Государственный исторический музей, а ее электронная версия доступна на сайте проекта <http://vov.mts.ru/> и продолжает дополняться. Свою «Книгу Памяти», посвященную башкирским энергетикам, приближавшим Победу на фронте и в тылу, также выпустила Башкирская электросетевая компания (БЭСК), входящая в АФК «Система». Первые экземпляры Книги были вручены ветеранам войны 28 апреля на торжественном мероприятии электросетевиков, посвященном 70-летию Победы, в кинотеатре «Родина» в Уфе. В книгу вошли имена участников боевого и трудового фронтов в Великой Отечественной войне, работавших в электрических сетях «Башкирэнерго». Мемориальное издание было проиллюстрировано рисунками детей, при-

сланных на проведенный БЭСК республиканский конкурс детского рисунка «Наша Победа».

АФК «Система» поддержала создание новой экспозиции бронетехники Государственного военно-исторического музея-заповедника «Прохоровское поле» в Белгородской области, которая была торжественно открыта 16 мая 2015 года Вице-премьером Правительства РФ Дмитрием Рогозиным в присутствии многочисленных гостей и ветеранов поселка Прохоровка, где в 1943 году состоялось главное сражение Битвы на Курской дуге.

В рамках долгосрочной программы поддержки культурно-выставочной и просветительской деятельности Государственного Русского музея БФ «Система» выступил генеральным партнёром прошедшей с 23 апреля по 6 июля 2015 года в Корпусе Бенуа выставки «Идет война народная. Искусство 1941-1945 гг.», на которой были представлены произведения, созданные советскими художниками в годы войны, и уникальные исторические документы.

В честь Дня Победы Московская городская телефонная сеть (МГТС), входящая в Группу МТС, предоставила возможность ветеранам войны в течение двух недель бесплатно пользоваться услугами междугородной и международной фиксированной телефонной связи без ограничения продолжительности разговора. Также с 1 по 14 мая 2015 года все ветераны Великой Отечественной войны и лица, приравненные к ним по льготам, проживающие в Москве, смогли бесплатно и без ограничений по длительности разговора звонить со своих домашних телефонов на стационарные и мобильные номера московского региона, чтобы поздравить однополчан, родных и близких. В 2015 году МГТС продолжила программу по бесплатной телефонизации ветеранов в Москве. За пять лет ее реализации оператор бесплатно установил свыше тысячи стационарных телефонов.

Елена Феоктистова

РСПП

Программа посвящена ветеранам Великой Отечественной войны, заботе об их здоровье, созданию благоприятной среды для жизни. Имеет долгосрочный характер и нацелена на всестороннюю поддержку ветеранов, сохранение исторической памяти, преемственность поколений и патриотическое воспитание молодежи. Задачи программы объединяют людей разных поколений, опираются на технологии партнерства в решении очень конкретных практических задач.

III МЕСТО



HEINEKEN

СОЦИАЛЬНО-ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОЕКТ «ЧИСТЫЕ БЕРЕГА»
ООО «ОБЪЕДИНЕННЫЕ ПИВОВАРНИ ХЕЙНЕКЕН»

Цели программы: объединить усилия туристов и защитников окружающей среды (волонтеров) с тем, чтобы сформировать у местных жителей и туристов ответственное отношение к окружающей среде, сохранить и поддерживать экосистему уникального природного комплекса озера Байкал.

Сроки реализации: с 2007 года

Бюджет: в 2015 году — 2,7 млн рублей

Целевая аудитория: сотрудники компании, клиенты компании и потребители, региональные органы власти, местные органы власти, НКО, местные жители.

Описание программы

С 2000 г. побережье Байкала испытывало огромные антропогенные нагрузки от нашествия горожан летом. Уничтожение уникальных природных ландшафтов, сокращение популяций редких видов животных, разрушение природной среды, скопление мусора — так выглядит сейчас Байкал, некогда священное для местного населения озеро. Поэтому назрела острая необходимость в решении проблем, связанных с воздействием человека на побережье Байкала. В первую очередь, это формирование экологической культуры у посетителей озера, возрождение культурных ценностей Байкальского региона и организация необходимой инфраструктуры для туристов.

В 2007 году по инициативе компании HEINEKEN в России («Пивоварни Хейнекен Байкал») стартовал эколого-образовательный проект «Чистые Берега Байкала». Волонтеры, вооружившись мусорными мешками и перчатками, приступили к спасению экосистемы озера. Проект «Чистые Берега Байкала» стал центром притяжения энтузиастов и профессионалов-экологов, стремящихся внести свой вклад в развитие экокультуры и внедрение современных систем управления отходами. В 2008 году к партнерству в проекте присоединился Прибайкальский национальный парк.

В 2014 году успешный опыт был перенесен на Хабаровск, где при поддержке Хабаровского краевого отделения «Всероссийское общество охраны природы» и Амурского отделения Всемирного фонда дикой природы стартовал проект «Чистые берега Амура».

Проект держится на «трех китах»: экообразовании, создании инфраструктуры для уборки и переработки мусора, поддержании и возрождении этнокультуры Байкальского региона.

Территория охвата включает в себя наиболее популярные у отдыхающих направления — крупнейший байкальский остров Ольхон, побережье пролива Малого моря, Кабанский район Республики Бурятия.

Задачи программы

- информировать общественность о значимости ответственного отношения к природным ресурсам;
- способствовать воспитанию и развитию экологического мышления, навыков бережного отношения к природе;
- объединить усилия туристов и защитников окружающей среды для практического участия в улучшении природопользования и в сохранении природных ландшафтов озера Байкал;
- поддержать этнокультуру Байкальского региона;
- создать необходимую инфраструктуру для уборки и переработки мусора.

Сотрудничество

НКО — организация работы волонтеров: «Байкальский скаут», НКО «Возрождение Земли Сибирской», Российский Союз Молодежи, АНО «Центр развития экологических и социальных проектов».

Органы власти — экспертиза экологических вопросов: Министерство природных ресурсов Иркутской области, Администрация Ольхонского района, Администрация Хужирского муниципального образования, Администрация Шара-Тоготского муниципального образования.

Консультационная работа, подготовка образовательных материалов, участие в мероприятиях в качестве экспертов, создание модельных площадок: ФГУП «Прибайкальский Национальный Парк», ГПБЗ «Байкальский заповедник»; Лимнологический институт СО РАН.

Результаты

За время реализации проекта «Чистые берега Байкала» в туристической зоне построено более 30 контейнерных площадок, приобретен специальный транспорт для регулярного вывоза мусора с острова Ольхон, пресс для пластика и контейнеры для раздельного сбора отходов, ликвидировано несколько крупных свалок.

Общий объем убранного мусора составил более 60 тыс. м³. В рамках проекта проводятся образовательные акции, конференции и семинары, к работе которых привлекаются ученые, представители власти, общественники. Сотрудники филиала «Пивоварня Хейнекен Байкал» сами участвуют в уборке мусора на острове Ольхон.

В 2015 году был выполнен ряд разнонаправленных акций. В партнерстве с АНО «Центр развития экологических и социальных проектов» («Сохраним Байкал») проект ставил перед собой задачи провести масштабные

исследовательские работы, расширить просветительский аспект деятельности, привлечь в свои ряды максимальное количество людей. Были организованы крупные мероприятия по уборке мусора с акцентом на раздельном сборе. Сортировка твердых бытовых отходов на основные фракции (металл, бумага, стекло, пластик) велась на специализированном полигоне в местности Имел-Кутул с последующей отправкой на переработку в Иркутск.

Экологические мероприятия

Весь летний сезон 2015 года на побережье озера работал лагерь «Байкальская Береговая Служба». С его помощью активно продвигались экологические знания и навыки, общие положения норм экологического туризма, организовывался обмен опытом. Операторами проекта в лице АНО «Центр развития экологических и социальных проектов» было проведено три смены лагеря, работой охвачено 140 км береговой линии и лесной зоны в Иркутской области и Республике Бурятия.

В июне 2015 года был организован «Экологический патруль» в месте проведения международного этнокультурного фестиваля «Ёрдынские игры». Это традиционный праздник многочисленных народов Евразии, включающий состязания в национальных видах спорта, конкурсы баторов и красавиц, певцов и сказителей. Фестиваль прошел в Ольхонском районе в местности под названием Хоторук в устье реки Анга. В течение двух дней 20 волонтеров в футболках и кепках с символикой проекта «Чистые Берега Байкала» не только убирали мусор, но и своим примером пробуждали экологическое сознание у гостей праздника, который посетило порядка 20 тыс. человек.

В июле 2015 года состоялся III Аскизский межрегиональный молодежный гражданский форум «Сильные народы — сильная Россия». При поддержке экологического проекта «Чистые Берега Байкала» и ФГБУ «Заповедное Прибайкалье» представители общественных организаций Иркутской области, республик Саха (Якутия), Тыва, Хакасия, Алтай и Бурятия посетили Ольхон, чтобы познакомиться с уникальной природой острова, оценить масштабы экологических проблем, принять непосредственное участие в их решении. Завершил работу форума «Праздник чистоты», в котором были задействованы 250 волонтеров. Они убирали мусор в окрестностях поселка Хужир, участвовали в ликвидации стихийных свалок рядом с поселками Ялга и Маломорец. В общей сложности по итогам акции было вывезено 2,5 тыс. мешков твердых бытовых отходов, сортированных для последующей переработки.

Кроме того, в июле 2015 года на паромной переправе Сахюрта — Ольхон традиционно работал «Экологический патруль», в котором приняли участие 2 тыс. человек. Волонтеры выдавали посетителям острова «наборы сознательного туриста» — перчатки и мешки для мусора, а потом принимали все собранные отходы. Каждый, кто внес свой вклад в очищение самого

знаменитого озера планеты, получал футболки и кепки с логотипом проекта «Чистые Берега Байкала». В общей сложности за десять дней работы патруля туристы собрали более 4 тыс. мешков мусора (порядка 350 м³).

Просветительские мероприятия

В июне-июле 2015 года в крупнейшем российском международном аэропорту «Шереметьево» (Москва) состоялась фотовыставка «Сохраним Байкал». Экспозиция знакомила не только с флорой и фауной озера и прибрежных зон, но и с ходом реализации природоохранных проектов, в числе которых «Чистые берега Байкала». Выставку посетили около 1 млн человек.

Благотворительные мероприятия

В 2015 году в рамках социально-экономического партнерства компанией HEINEKEN была оказана финансовая помощь Хужирскому муниципальному образованию, благодаря чему состоялось несколько десятков рейсов по вывозке сортированного мусора на полигон в местность Имел-Кутул. Также проект «Чистые берега Байкала» поддержало Российское Географическое Общество, выделив средства на издание учебника по байкаловедению для 5-7 классов, в котором рассказывается о состоянии и изменении экосистемы озера от древности до наших дней.

Планируемое продолжение программы

В 2016 году компания планирует вывести социально-экологический проект «Чистые Берега» на общероссийский уровень: расширить географию проекта, присоединив к нему города Санкт-Петербург и Нижний Новгород. Основной идеей проекта «Чистые Берега» станет не только реализация инициатив, направленных на профилактику и снижение загрязнения, сохранение экосистем прибрежных территорий, но и на создание базы предложений — Биржи экологических проектов «Чистые Берега».

Елена Феоктистова

РСПП

Компанией представлен социально-экологический проект, реализуемый в рамках социальных инвестиций, тесно связан при этом с общей стратегией ее развития. Решается задача — комплексно способствовать развитию местных экологических инициатив по снижению загрязнения и сохранению экосистем прибрежных территорий путем создания устойчивой системы управления отходами и формированию экологической культуры у местного населения и туристов. Программа «Чистые Берега» основана на тех же принципах устойчивого развития, которые компания применяет в своей основной производственной деятельности, включая ответственность за использование водных ресурсов.



НОМИНАЦИЯ «ЛУЧШАЯ ПРОГРАММА (ПРОЕКТ), СПОСОБСТВУЮЩАЯ РАЗВИТИЮ ВОЛОНТЕРСТВА В РОССИИ»

Партнер номинации: Международный форум лидеров бизнеса (IBLF)

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, а также представителей местных сообществ.

Приоритет: актуальность программы для компании и целевых групп, устойчивость и системность программы, степень вовлечения сотрудников в программу в качестве активных участников, рост числа добровольцев/добровольных вкладов, если программа проводится не первый год, вовлечение партнеров, клиентов компании, граждан в реализацию программы, участие компании в распространении лучших волонтерских практик.

Борис Ткаченко

генеральный директор АНО «Международный форум лидеров бизнеса» (IBLF Russia)

Развитие корпоративного волонтерства рассматривается компаниями, работающими в России (российскими и международными) как важный компонент программ корпоративной социальной ответственности. И волонтерство действительно позволяет компаниям осуществлять свои социальные программы с максимальной эффективностью. Поскольку волонтерство — один из способов повышения лояльности сотрудников, его развитие стало частью долгосрочной и устойчивой стратегии компаний.

Волонтерство не может быть проектом, осуществляемым без инициативы сотрудников, вовлечения местных жителей, партнеров и органов власти. Такая его разновидность, как *pro bono*, позволяет компаниям реагировать на потребности общества и адаптировать свои социальные программы.

Распространение информации о лучших практиках волонтерства и их обсуждение всеми заинтересованными сторонами также является важным компонентом развития социальной ответственности.

Все это подтверждает растущий интерес к корпоративному волонтерству и существование особой номинации в проекте «Лидеры корпоративной благотворительности». В этом году на конкурс были представлены 7 программ корпоративного волонтерства, все они достойны высоких

оценок. Разнообразие и оригинальность программ сделали выбор победителей номинации непростой задачей. Основными критериями для принятия решения были актуальность, устойчивость и системность программы, степень вовлечения сотрудников в программу в качестве активных участников, рост числа добровольцев/добровольных вкладов, если программа проводится не первый год, вовлечение партнеров, клиентов компании, граждан в реализацию программы, участие компании в распространении лучших волонтерских практик.

В соответствии с этими критериями первое место присуждено программе развития культуры и практики оказания pro bono (безвозмездных услуг) «Deloitte Pro Bono» компании «Делойт», второе место — акции «360 минут ради Байкала» компании En+ Group, третье — проекту «Обустроим город вместе» компании Efes Rus.

Цели программы: профессионализация некоммерческого сектора

Сроки реализации: с 2015 года

Бюджет: 0 рублей

Целевая аудитория: некоммерческие организации, в том числе социальные предприятия.

Описание программы

«Deloitte Pro bono» — это программа развития культуры и практики оказания pro bono (то есть безвозмездных) услуг как внутри компании «Делойт», так и в широком бизнес-сегменте. Проект был сформулирован и запущен в 2015 году для того, чтобы, с одной стороны, удовлетворить растущий запрос НКО на качественные услуги в области финансово-юридического сопровождения, организационного консалтинга, стратегического планирования, а с другой — направить ресурс заинтересованных в социальных изменениях отраслевых профессионалов «Делойта» и иных компаний на развитие эффективности, устойчивости, автономности и профессионализации некоммерческого сектора.

Pro bono экспертами в рамках программы являются сотрудники компании в различных функциях бизнеса: HR консалтинг, управленческий консалтинг, налогово-правовое консультирование, аудит, финансовое консультирование и иных сферах.

С начала реализации программы было инвестировано не менее 150 совокупных часов pro bono экспертов, что эквивалентно сумме в 1 млн рублей.

В рамках программы «Deloitte Pro bono» реализуется несколько самостоятельных инициатив:

- Проект «Pro bono 360»
- Конференция «Практики pro bono на российском рынке: инвестиции с умом»
- «Социальные мамы Делойта»

1. Проект «Pro bono 360». Цель — системное компетентное сопровождение полного цикла для выбранной некоммерческой организации с целью сделать ее более операционно и стратегически устойчивой, тем самым усиливая вклад в решение социальной проблемы, закрепленной в миссии организации. Проект рассчитан на реализацию в рамках одного календарного года, по истечении этого периода на обслуживание берется другая некоммерческая организация.

В 2015-2016 годах участником программы выступил благотворительный фонд «Живой», чья уставная деятельность направлена на защиту одной из наименее популярных целевых групп — взрослого населения от 18 до 60 лет.

На стартовом этапе проекта представители компании «Делойт» провели процессный аудит в фонде, оценили объем административной и программной деятельности организации, выявили сложности, с которыми сталкивается руководитель фонда при ведении документооборота, организации фандрайзинга, обеспечении коммуникационной и PR активности на сайте, в СМИ, SMM, координации работы с волонтерами организации, построении отношений с ключевыми партнерами организации.

По итогам процессного аудита было принято решение сформировать несколько экспертных команд внутри компании «Делойт» для проведения более глубокого анализа и целевого консалтинга по следующим направлениям:

Юридическая поддержка: на этапе заключения договоров с целью защиты интересов фонда; помощь в разработке шаблонов типовых договоров для базовых контрагентов; оценка соответствия договора оферты правовым стандартам.

Бухгалтерская и аудиторская поддержка: поиск возможностей ведения бухгалтерии pro bono; консультация бухгалтера фонда «Живой» по подготовке к аудиту; проведение предварительного аудита фонда.

Маркетинговая и PR деятельность: поиск партнерского рекламного агентства для вывода бренда организации на рынок; проведение PR и медиа-скрининга фонда, помощь в корректировке PR стратегии.

HR поддержка: помощь в подборе и оплате специалиста на позицию фандрайзера; оценка организационной структуры и структуры управления фондом; поиск партнерских предложений по бонусным программам для сотрудников (отдых, спорт, здоровье и пр.).

Организационная функция: оценка возможностей фонда по использованию волонтерского, pro bono, in-kind ресурсов; помощь с внедрением системы учета нефинансового вклада в развитие организации.

Для формирования экспертных pro bono команд внутри компании был использован инструмент корпоративных коммуникаций о проекте, в частности, писем, адресованных сотрудникам лично одним из управляющих партнеров и последовавшего за ними опроса сотрудников, в результате чего получили значительный отклик от представителей различных бизнес-функций от позиции ассистента до позиции партнера.

Из всех заявивших о своем желании поучаствовать в проекте специалистов были сформированы группы, для которых проведены установочные

встречи, определены роли, объемы и сроки работ групп по каждому тематическому направлению.

Предварительным итогом работы проекта «Pro bono 360» стала успешно спланированная и проведенная компанией «Делойт» фандрайзинговая акция с целью сбора средств в пользу оплаты труда нового сотрудника фонда. В настоящий момент сотрудник принят на работу и приступил к реализации задач по продвижению, фандрайзингу и поиску партнерств для благотворительной организации.

2. Конференция «Практики pro bono на российском рынке: инвестиции с умом». Цель конференции — информирование местных властей, местного сообщества, а также бизнеса, оказывающего профессиональные услуги, о pro bono программе «Делойт» и технологиях, которыми компания готова и намерена делиться с представителями сектора. Конференция будет проведена в конце 2016 года. Основопологающей идеей проведения конференции станет объединение накопленного опыта компаний сектора профессиональных услуг в области оказания pro bono сервисов некоммерческим организациям, выработка единого системного подхода к организации pro bono практик в компаниях, формирование пула экспертов pro bono на российском рынке, готовых слаженно оказывать качественные безвозмездные услуги социальным организациям и активно развивать тенденцию эффективного инвестирования в устойчивость некоммерческого сектора посредством интеллектуальных технологий бизнеса. Информирование о проекте происходит посредством социальных сетей, отраслевых конференций, фокус-групп и различных межсекторных коммуникаций.

3. «Социальные мамы Делойта». Проанализировав гендерно-возрастной состав, характер занятости и факторы мотивации основного пула pro bono экспертов, в компании пришли к заключению, что в социально-значимые инициативы компании недостаточно активно вовлечены сотрудницы, находящиеся в декретном отпуске по уходу за ребенком. Опираясь на различные социологические методологии, в компании предположили, что такие сотрудницы испытывают некоторую психологическую отчужденность в отношении себя как профессионалов, не получают должного внимания со стороны работодателя, поскольку считаются условно выбывшими из основного кадрового состава, ощущают утрату своих компетенций по причине нахождения вне ресурсной профессиональной среды. При этом речь шла, прежде всего, о специалистах в своей отрасли, женщинах, имеющих существенный компетентностный потенциал и не желающих терять работоспособность в силу временного пребывания в декретном отпуске.

Цели проекта:

- увеличить число волонтеров и pro bono специалистов «Делойта» за счет включения ранее не охватываемых сотрудников;

- позволить сотрудницам, находящимся в длительном декретном отпуске, реализовывать свой профессиональный потенциал, участвуя в социально-важных инициативах компании;
- повысить лояльность и заинтересованность в работодателе у сотрудниц в декрете посредством вовлечения их в различные образовательные, благотворительные, коммуникационные и иные проекты компании.

Проект стартовал с проведения глубинных социологических исследований текущей и потенциальной целевых групп. Задача анкетирования состояла в выявлении интереса аудитории к предлагаемым возможностям: различным форматам участия в социальной деятельности компании (волонтерские, образовательные, pro bono программы), встречам с приглашенными экспертами социальной сферы по вопросам семьи, отношений и детства, тематическим сессиям для мам и пап, сотрудников компании «Делойт».

Проанализировав полученные данные, в компании приняли решение заниматься развитием нескольких направлений в рамках инициативы:

1. Формирование портала «Social Mom Hub» на внутреннем ресурсе компании для информирования аудитории об основных политиках, документах, процедурах, связанных с декретными отпусками, о программах скидок, бонусов, оздоровительных и иных wellbeing проектах, нацеленных на сотрудниц в декретных отпусках, а также для поощрения коммуникаций внутри группы, оповещения о событиях, pro bono проектах, сбора обратной связи.
2. Консолидация списка (календаря) тематических событий для мам (семинары, встречи, тренинги, волонтерские акции).
3. Подготовка предложения для мам по оказанию pro bono услуг некоммерческим организациям (сбор кейсов и распределения по исполнителям).

Все инициативы в рамках программы планируется развивать в следующем году.

Борис Ткаченко IBLF

Первое место присуждено программе компании «Делойт» за инновационность и нулевой бюджет проекта. Компания стремится развивать не только свое внутрикорпоративное волонтерство, но и практики оказания pro bono услуг на российском рынке. Участвующие в проектах сотрудники непосредственно используют свои профессиональные знания и навыки, то есть наиболее полным образом раскрывают свой потенциал как волонтеров. Особенно привлекает проект «Социальные мамы Делойта», который позволяет находящимся в декрете сотрудницам не чувствовать себя оторванными от дел компании и поддерживать в хорошей форме свои профессиональные навыки.

Цели программы: очистить берега Байкала от мусора

Сроки реализации: с 2011 года

Бюджет: 10 млн рублей

Целевая аудитория: жители Прибайкалья, туристы озера Байкал. Участниками акции стали 7155 добровольцев всех возрастных категорий. К участию привлечены жители 78 населенных пунктов (3836 человека) на побережье Байкала.

Описание программы

Акция реализуется с 2011 года и 2015 год стал юбилейным. В связи с этим было решено провести не только одну акцию в начале осени, как это было начиная с 2011 года, а устроить экологический марафон длиной в лето. В итоге кроме основной акции в течение лета было проведено четыре мероприятия по уборке мусора с берегов Байкала в наиболее посещаемых туристами местах.

При планировании акции проводились консультации с администрациями районов, в которых планировались акции, а также с местными турбазами и региональными экологическими организациями на предмет выявления наиболее засоренных участков побережья, определения, в чью зону ответственности входит данная территория, поиск наиболее удобной схемы вывоза собранного мусора.

Ежегодно с начала лета ведется мониторинг замусоривания прибрежных территорий. В 2015 году была разработана карта экомарафона «360 минут ради Байкала», которая наглядно представила масштабы загрязненности региона. На ней были отмечены несанкционированные свалки бытового мусора, оставленного как местными жителями, так и туристами. Карта создана в партнерстве с Межрегиональной общественной организацией «Большая Байкальская Тропа». Кроме того, к сотрудничеству были приглашены все, кто мог сообщить о точках загрязнения на побережье озера. На сайте 360минут.рф карта пополнялась и обновлялась трижды в течение лета. К 5 сентября на ней было 53 точки, четыре из которых были очищены. Карта стала ориентиром при выборе маршрута прохождения экомарафона, в завершении которого были убраны все указанные места.

Задачи акции

Привлечь внимание общественности к проблеме несанкционированных свалок и бытового мусора, который оставляют туристы; привить экологическую культуру широкой общественности; собрать и вывезти мусор

с берегов Байкала на острове Ольхон, побережье Малого моря, в районе поселка Бугульдейка и поселка Танхой; вовлечение сотрудников группы компаний и поощрение участия в акции семей сотрудников; формирование семейного социально-ответственного экологоориентированного отдыха.

Партнерство

В ходе реализации юбилейной акции была выстроена партнерская работа с властями Иркутской области (служба по охране природы и озера Байкал Иркутской области) и республики Бурятия. Администрациями предоставлялась информация по замусоренности территорий вокруг о.Байкал, осуществлялась помощь в вопросе вывоза собранного мусора на санкционированные полигоны ТБО. Также оказывалась помощь в информировании местных жителей о предстоящем экомарафоне и привлечении населения в качестве волонтеров.

Партнерами акции стали:

- Межрегиональная общественная организация «Большая Байкальская Тропа» — помощь в выявлении наиболее замусоренных мест на Байкале и участие в акции в качестве волонтеров.
- Молодежный Благотворительный Фонд «Возрождение Земли Сибирской» — привлечение волонтеров.
- Некоммерческое партнерство «Защитим Байкал вместе» — привлечение волонтеров.
- Байкальский государственный природный биосферный заповедник — помощь в выявлении наиболее замусоренных мест на Байкале, участие в акции в качестве волонтеров, предоставление транспорта для вывоза части мусора.
- Негосударственное общеобразовательное учреждение Школа-интернат №21 среднего (полного) общего образования открытого акционерного общества «Российские железные дороги» — предоставление помещений для складирования инвентаря и промоматериалов, обеспечение питанием участников акции.

Участие волонтеров

В акции участвовали волонтеры из входящих в En+ Group компаний (ИркутскЭнерго, ВостСибУголь), организаций партнеров, учебных заведений, входящих в другие проекты компании (ряд школ Иркутска, Ангарска, Байкальска, Иркутский энергетический колледж, Иркутский государственный университет, Иркутский государственный политехнический университет), также волонтеров набирали через регистрацию на сайте акции.

Волонтеры, участвующие в акции более трех лет, награждаются почетными знаками. Все волонтеры получают форму участников акции: футболка, ветровка, кепка, рюкзак с символикой акции.

В 2011 году в акции принял участие 101 волонтер.

В 2012 году — 420 волонтеров.

В 2013 году — 1000 волонтеров.

В 2014 году — 2000 волонтеров.

В 2015 году — 7155 волонтеров.

Информационная поддержка

Информирование осуществлялось через представителей местных органов власти, а также средства массовой информации и социальные сети. Информационно поддерживали акцию «360 минут ради Байкала» федеральные партнеры: NATIONAL GEOGRAPHIC Россия, ИА «Интерфакс», «Россия-24», Газета.ru. Сибирскими информационными партнерами стали «Аргументы и факты», «Сиб.фм», «Тайга.инфо», «Российская газета». Информационными партнерами в регионе стали «Вести-Иркутск», «Новости АС Байкал ТВ», IRK.RU, Newslab.ru, ИА Телеинформ, информационный портал «Байкал 24». На порталах информационных партнеров были размещены баннеры акции, размещались анонсирующие и итоговые материалы, проводилась online-трансляция акции.

Акцию осветили федеральные и региональные телеканалы: «Россия-24», «Вести-Иркутск», региональное включение АС Байкал ТВ на Домашнем и СТС.

Регулярно обновлялись сайт акции www.360minutes.ru (www.360минут.рф) и группы в социальных сетях Вконтакте (15 676 подписчика), Facebook (5 539 подписчиков) и Instagram (360MINUTES) — 3 868 подписчиков. Количество фотографий по тэгу #360минут составило 1115 публикаций, по #360minutes — 981.

Для привлечения участников к акции были реализованы видео-обращения известных людей: Константин Цзю, Владислав Лисовец, группа «БандЭрос», Максим Покровский и Илья Лагутенко. В своих обращениях они приглашали к участию волонтеров и выражали свое мнение о важности волонтерского движения в целом и экологических инициатив En+ Group на озере Байкал в частности. Ролики были опубликованы на официальном Youtube-канале En+ Group, после чего размещались в сообществах акции Facebook, Instagram, VK. Итоговый ролик акции «360 минут ради Байкала» размещен на YouTube и в социальных сетях.

Информационная кампания стартовала 1 августа. Баннеры с анонсом акции были размещены на центральных улицах Иркутска и трассах, ведущих на популярные места отдыха туристов в регионе. Дизайн выполнен в фирменном стиле юбилейной акции в трех цветовых решениях.

На протяжении нескольких месяцев велась коммуникация с такими экологическими и природоохранными сообществами VK, как «WWF. Всемирный

фонд дикой природы (Россия)», «Инженеры экологии». В результате были размещены бесплатные публикации об акции в более чем 10 сообществах. По данным на сентябрь 2016 года, об акции вышло 312 публикаций (в том числе 15 сюжетов на региональном ТВ, 2 на федеральном) в СМИ и популярных блогах участников пресс-тура.

Результаты программы

Превращение акции одного дня в сезонный экологический марафон повысило значимость проекта и привлекло к участию еще больше волонтеров, которые очищали берега Байкала не только в конце, но и во время туристического сезона, подавая пример ответственного отношения к природе.

Акция «360 минут ради Байкала» в юбилейный год собрала рекордное количество участников — впервые 7155 волонтеров одновременно вышли на уборку берегов озера. Успешный опыт прошлого года по привлечению муниципалитетов и экологических организаций позволил увеличить количество территорий уборки более чем в 2 раза по сравнению с 2014 годом. Волонтеры вышли на уборку в 78 населённых пунктах.

За 5 лет проведения акция «360 минут ради Байкала» стала известным брендом и символом экологического движения среди жителей Иркутской области и республики Бурятия. Очищено 53 участка территории побережья Байкала. Собрано и утилизировано 14 813 двухсотлитровых мешков мусора.

Стратегия оценки

Акция оценивается как количественно, так и качественно. К оценке качества акции привлечены активисты местных сообществ, экологи, представители местных органов власти. Также немаловажным критерием оценки является увеличение количества семейных волонтеров, когда одновременно в акции участвуют три поколения семьи и старшие прививают младшим бережное отношение к природе на собственном примере.

В 2016 году акция расширила свои границы и включила в себя четыре заповедника в Красноярском крае, Иркутской области, Республике Хакасия и Приморском крае, в которых прошли такие мероприятия, как уборка мусора, благоустройство территорий, ремонт туристической инфраструктуры, посадка деревьев и другие.

Борис Ткаченко

IBLF

«Второе место заслуженно получает акция «360 минут ради Байкала» компании En+ Group за большой масштаб проекта, устойчивость, вовлечение местных жителей и сотрудничество с органами государственной власти. Особенно впечатляет кооперация между сотрудниками компании и населением»

III МЕСТО



«ОБУСТРОИМ ГОРОД ВМЕСТЕ!»
EFES RUS

Цели программы: создание комфортной среды проживания через развитие механизмов социального партнерства и волонтерства.

Сроки реализации: с 2011 года

Бюджет: 3,5 млн рублей

Целевая аудитория: местные жители домашних регионов; сотрудники компании; местные органы власти; НКО и экологическая общественность.

Описание программы:

Efes Rus активно участвует в социальном развитии домашних регионов с самого начала работы в России. В своей деятельности компания руководствуется глобальными приоритетами устойчивого развития, которые направлены на формирование эффективного производства, снижение негативного воздействия на окружающую среду и помощь местным сообществам. Основа социальной стратегии — реализация долгосрочных проектов, направленных на решение наиболее острых социальных и экологических проблем регионов и улучшение качества жизни местных жителей, а также развитие корпоративного волонтерства.

При анализе экологической ситуации и социальной обстановки в домашних регионах и проведении предварительных консультаций с местными органами власти, экологическими структурами и общественными организациями была выявлена актуальная проблема сохранения и обустройства общественных зон отдыха (парков, скверов) во всех городах присутствия. Данный вывод был сделан на основании результатов многочисленных обращений органов власти (более 20), мониторинга публикации региональных СМИ (свыше 200), рабочих встреч с сотрудниками компании, местными жителями (более 30).

Несмотря на то, что местные администрации ежегодно тратили огромные деньги на обустройство городов и проводили регулярные субботники, ситуация в регионах кардинально не менялась, бюджетных средств все равно не хватало (например, в г.Ульяновске в 2011 году на обустройство города было израсходовано более 1 млрд рублей). Региональные и местные органы власти часто обращались за помощью к предприятиям по обустройству не только прилегающей территории, но и городских зон отдыха. И каждый раз объекты были разными, после завершения работ по обустройству данные территории не охранялись и, к сожалению, постепенно возвращались к своему первоначальному состоянию.

В компании четко уловили потребность местных сообществ и органов власти в переменах, определили возможность значимого улучшения ситуации путем развития на местах механизмов общественного партнерства и корпоративного волонтерства посредством реализации долгосрочного социального волонтерского проекта «Обустроим город вместе!» и последующего тиражирования данного опыта другими заинтересованными компаниями. Было предложено не распылять ресурсы на разные площадки, а сфокусировать внимание на конкретных городских территориях — объектах отдыха (парках, скверах, аллеях), «закрепить» по одному такому объекту в каждом регионе за компанией. В компании хотели восстановить «шефский подход» и показать пример социального партнерства для других предприятий. В данном случае речь шла о долгосрочном проекте, бюджет которого был распределен на несколько лет. На основании подготовленных дизайн-проектов благоустройства был составлен четкий долгосрочный план действий с годовой разбивкой мероприятий. С самого начала проекты были согласованы с местными администрациями и общественными партнерами, определены сроки завершения этапов по годам, вклады в проект всех участников.

Это позволило зафиксировать у стейкхолдеров четкое понимание того, что компания проявляет социальную ответственность и четко осознает долгосрочную цель. Кроме того, проект позволил избежать появления дополнительных обращений со стороны администраций о финансовой помощи на обустройство города, уменьшить разовую нагрузку на социальный бюджет компании и привлечь дополнительное бюджетное финансирование. Данный долгосрочный проект полностью соответствовал положениям корпоративной политики в сфере КСО и благотворительности. На основании этого документа был проведен анализ проекта по таким разделам, как социальная значимость проекта для местного сообщества и для компании (особенно важным была прямая связь проекта с развитием корпоративного волонтерства), измеримость и оценка результатов, прозрачность, долгосрочный аспект и социальное партнерство.

Задачи проекта

- создание комфортных условий для жизни и отдыха жителей домашних городов;
- развитие корпоративного волонтерства;
- формирование культуры бережного отношения сотрудников к городской среде.

Сильные стороны проекта:

- долгосрочный аспект. Это обстоятельство позволило сбалансировать социальный бюджет, распределить мероприятия в соответствии с долгосрочным планом, «тянуть ношу по силам».

- создание механизма социального партнерства (бизнес — власть — общество). В каждом регионе сложился собственный «пул партнеров», однако схема взаимодействия с партнерами была одинаковой. Так, органы власти помогали формировать перечень потенциальных территорий и оказывали содействие по проведению работ по обустройству. НКО помогали взаимодействовать со СМИ и местными жителями, принимали участие в волонтерских акциях.
- добровольное участие сотрудников в волонтерских акциях и мероприятиях по обустройству территорий. Данный проект вызвал широкий интерес внутри компании. Сотрудники-волонтеры смогли ощутить свою значимость в деле сохранения городской среды и принять личное участие в реализации проекта. Многие из них стали гордиться тем, что именно они помогли восстановить парк или сквер. Информацию об этом стали передавать своим друзьям и знакомым.
- четкая демонстрация корпоративной социальной ответственности со стороны компании и механизма решения социальной проблемы. В компанию перестали обращаться по любым вопросам оказания благотворительной помощи на нужды города, понимая, что она и так вносит свой социальный вклад и четко аргументирует это.
- взаимодействие с федеральным НКО (сотрудничество с Российским союзом молодежи) и межрегиональный масштаб проекта позволили продвигать проект на федеральном уровне.
- консолидация сил и ресурсов, направленных на городское благоустройство,
- появление обустроенных зон отдыха для горожан, заметное улучшение качества жизни жителей, улучшение отношения местного населения к городу,
- тиражирование опыта другими компаниями и территориями.

Этапы проекта

На предварительном этапе (в 2011 г.) был составлен перечень потенциальных городских территорий, нуждающихся в обустройстве. Данная информация была подготовлена совместно с местными администрациями и общественными партнерами. Учитывалось мнение всех заинтересованных сторон, близость объекта к производственной площадке компании, количество сотрудников, проживающих в выбранном городском районе и их мнение. В каждом домашнем городе были выбраны и «закреплены» за компанией по одному объекту (например, в Ульяновске, Казани, Уфе — городской парк, в Калуге — пешеходная улица, в Новосибирске — аллея, во Владивостоке — сквер). Затем были подготовлены и официально согласованы дизайн-проекты обустройства данных территорий.

На этапе реализации (ежегодно с мая по август, т.к. проект имеет годовой цикл) проводятся волонтерские акции по очистке территории от мусора и посадке деревьев, а также активные строительные работы по обустройству территорий и созданию комфортных зон отдыха (установка малых архитектурных форм и согласованных элементов обустройства). Важно отметить, что долгосрочный проект имеет годовой цикл. Ежегодно весной обсуждаются предложения и мероприятия на текущий год, согласовывается бюджет. Далее организуются регулярные волонтерские акции-субботники. В летний период проводятся активные строительные работы по обустройству, которые завершаются проведением обязательной церемонии открытия с привлечением местных жителей, СМИ, представителей органов власти, экологов и других общественных партнеров.

Бюджет проекта

Кроме финансового вклада компании (объем социальных инвестиций в проект за 5 лет реализации превысил 20 млн рублей) важно отметить финансовый вклад партнеров и органов власти. Его можно оценить примерно в такую же сумму.

Так, например, на обустройство сквера Горбоня администрация городского района г.Новосибирска смогла дополнительно получить более 1 млн рублей бюджетных средств благодаря разработанному проекту обустройства и наличию внебюджетного софинансирования. Аналогичное поступление дополнительных бюджетных средств произошло и в других городах реализации.

Сотрудничество

Партнеры проекта: Всероссийская общественная организация «Российский Союз Молодежи», муниципальные органы власти (администрации домашних городов).

При разработке проекта компания ориентировалась на создание механизма социального партнерства «бизнес — власть — общество». Проект достаточно быстро нашел понимание и поддержку у основных стейкхолдеров: органов власти, экологов и НКО, СМИ и местных жителей. Появились долгосрочные общественные партнеры, которые с самого начала помогли реализовывать проект: формировать перечень потенциальных территорий, нуждающихся в обустройстве, участвовать в работах по обустройству.

В каждом регионе сложился собственный «пул партнеров», однако схема взаимодействия с партнерами была одинаковой. Так органы власти оказывали содействие по проведению работ по обустройству парков и скверов. НКО — помогали взаимодействовать со СМИ и местными жителями. Кроме того, при реализации проекта получен положительный опыт взаимодействия и продвижения проекта на федеральном уровне (сотрудничество с Российским союзом молодежи).

Стоит отметить, что волонтерский проект компании стал интересен не только местным органам власти, СМИ и НКО, но и местным бизнес-структурам, которые предлагают дополнительную поддержку и проявляют заинтересованность в партнерстве. Особенно это стало проявляться в 2015 году. Компания заинтересована в развитии проекта и увеличении числа его участников и партнеров.

Привлечение волонтеров

Волонтерство — это ключевой аспект успеха данного проекта и его «долголетия». Данный проект вызвал широкий интерес внутри компании. Сотрудники-волонтеры смогли ощутить свою значимость в деле сохранения родной природы и принять личное участие в реализации проекта.

Для поощрения в основном используются нематериальные стимулы: проведение специальных корпоративных мероприятий, предоставление билетов на интересные творческие события, вручение благодарностей от компании и общественных партнеров.

Рост числа волонтеров в программе:

2011 — 130 волонтеров в шести домашних регионах, 2012 — 170 человек, 2013 — 310, 2014 — 495, в 2015 году — 895 человек.

Информационное сопровождение

Значительную информационную поддержку оказывают партнерские НКО и местные СМИ, которые принимают участие в церемонии открытия обустроенных территорий, презентуют проект на различных открытых площадках (конференциях, круглых столах и т.д.), проводят обязательный мониторинг электронных и печатных СМИ. При реализации проекта широко использовались основные каналы внутренних и внешних коммуникаций (корпоративные Интернет-сайт и Интранет-портал, ежемесячные newsletters, ежеквартальный корпоративный журнал, публикации в СМИ, социальные сети и так далее). Для успешной реализации проекта и своевременной корректировки его параметров в компании также налажена эффективная обратная связь с основными стейкхолдерами.

Результаты проекта

В волонтерских акциях-субботниках, проведенных компанией Efes Rus за последние 5 лет приняли участие более 2000 волонтеров — сотрудников компании и общественных партнеров (представителей Российского союза молодежи, местных жителей и администраций), было собрано и вывезено на свалку свыше 100 тонн мусора и высажено около 500 деревьев.

Проект вызвал широкий интерес и поддержку внутри компании, дал отличный опыт и много положительных эмоций, помог сплотить команду, найти

новых общественных партнеров и получить признание со стороны местных органов власти и населения.

Планируемое продолжение

Компания планирует развивать программу в рамках долгосрочной корпоративной стратегии устойчивого развития. В числе задач: снизить социальную и экологическую напряженность в регионах присутствия компании, развивать социальное партнерство и волонтерство, имеющие важное значение для будущих поколений и их благополучия. Дальнейшая реализация проекта предполагает создание комфортных условий для отдыха жителей домашних городов Efes, возведение различных малых архитектурных форм, уход за существующей инфраструктурой и зелеными насаждениями, проведение регулярных волонтерских акций с общественными партнерами и местными жителями.

Борис Ткаченко

IBLF

Проект компании Efes Rus получает третье место за устойчивость, сотрудничество с местными органами власти, а также за возвращение сотрудникам компании, участвующим в проекте, ощущения себя горожанами, не просто жителями городов, а членами городских сообществ. Такой подход уже служит примером для других компаний в регионах присутствия Efes Rus.



**Высшая
школа менеджмента**

Санкт-Петербургского
государственного университета

НОМИНАЦИЯ «ЛУЧШАЯ ПРОГРАММА (ПРОЕКТ), СПОСОБСТВУЮЩАЯ РАЗВИТИЮ ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Партнер номинации: Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета

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 корпоративной социальной ответственности им. ПрайсвогтерхаусКуперс
Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета

Обеспечение всеохватного и качественного образования для всех и поощрение обучения на протяжении всей жизни или, иными словами, просто «качественное образование» обозначено в качестве одной из семнадцати Целей в области устойчивого развития, принятых в сентябре 2015 г. на саммите Организации Объединенных Наций. Успешное достижение этой цели требует совместных действий правительств, частного сектора и некоммерческих организаций. По мнению ООН, необходимо побуждать компании к инвестированию средств в создание соответствующей материальной и методической базы. В настоящее время поддержка образования уже является важнейшим и наиболее популярным направлением корпоративной благотворительности во всем мире. Согласно данным авторитетного международного издания Giving in Numbers, в 2015 г. на поддержку образования всех уровней пришлось 29% совокупного объема благотворительных пожертвований крупнейших глобальных корпораций, 69,8% которых реализовывали соответствующие программы (проекты). В этом же направлении традиционно развивают свою социально

ориентированную деятельность около 90% компаний — участников всероссийского конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности».

В 2016 г. в номинации «Лучшая программа (проект), способствующая развитию образования в Российской Федерации» рассматривались программы (проекты) тринадцати компаний, направленные на развитие качественного образования как такового, а также на решение конкретных социальных проблем путем предоставления соответствующих образовательных услуг. Цели этих программ разнообразны. Среди них — построение школы нового поколения как самообучающейся организации и продвижение концепции инклюзивного дизайна в учебных курсах архитектурно-строительных вузов, развитие кадрового потенциала для конкретной отрасли промышленности и первичная профилактика употребления алкоголя несовершеннолетними, создание интегрированной образовательной среды для детей с ограниченными возможностями здоровья и систематическое ознакомление учащихся с особенностями жизни региона присутствия компании. Большая часть представленных проектов имеют четкую систему управления, ориентированы на достижение взаимосвязанных показателей разных уровней — от количества проведенных мероприятий до комплексно-оцениваемых социально-экономических последствий для общества и для самих компаний. Многие проекты предусматривают долгосрочное взаимовыгодное сотрудничество с партнерскими компаниями, государственными учреждениями и НКО, обеспечивающее устойчивость этим проектам, соответствующее духу и букве Целей в области устойчивого развития ООН.

Победителем в номинации признан проект Всероссийского конкурса научных работ школьников «13 элемент. Алхимия будущего» ОК РУСАЛ и Сибирского федерального университета (СФУ). Второе место получил проект «Точка опоры», представленный ПАО «Трубная металлургическая компания»; третье место — проект Поддержка Сетевого образовательного содружества «УчимЗнаем», представленный ООО «Самсунг Электроник Рус Компани». Как представители старейшего классического университета нашей страны мы надеемся, что опыт победителя, лауреатов и всех участников данной номинации будет обобщен и систематизирован, изучен в качестве лучших практик и широко использован российскими компаниями в интересах бизнеса и общества.



РУСАЛ

I МЕСТО

«13 ЭЛЕМЕНТ. АЛХИМИЯ БУДУЩЕГО»
ОК РУСАЛ

Цели программы: совершенствование и развитие системы допрофессиональной и профессиональной ориентации учащихся муниципальных общеобразовательных учреждений; целевая подготовка и пополнение выпускниками Сибирского федерального университета структурных подразделений компании; профорientация и популяризация достижений науки и техники в области металлургии среди учащихся.

Сроки реализации: с 2011 года

Бюджет: 1 270 млн рублей*

Целевая аудитория: школьники 9-11 классов, школьники 5-8 классов средних общеобразовательных школ, лицеев, гимназий, учащихся учреждений дополнительного образования.

Описание программы:

Всероссийский конкурс научных работ школьников «13 элемент. Алхимия будущего» — это один из немногих конкурсов в России, который был организован и реализуется совместными усилиями бизнеса, высших учебных заведений и общеобразовательных школ. Конкурс проводится с 2011 года, за это время в нем приняли участие уже более 5000 человек.

Основные мощности РУСАЛа по производству алюминия сосредоточены в Сибири. Вопросы подготовки кадров и повышение престижа инженерных профессий в числе самых приоритетных в алюминиевом холдинге, поэтому на сотрудничество с ведущим и активно развивающимся вузом Сибири — Сибирским федеральным университетом — делается большая ставка.

Для компании РУСАЛ организация и активное участие в конкурсе — это возможность изменить сложившуюся ситуацию, связанную с дефицитом рабочих, инженерных, научных кадров в таких областях, как металлургия и горное дело. Компания стремится повысить качество обучения по названным направлениям и принимает деятельное участие в развитии системы высшего и специального образования в России. И дело не только в том, чтобы участники конкурса потом приходили работать на заводы РУСАЛа, компания здесь решает задачу более высокого уровня, направленную на повышение престижа инженерных и рабочих профессий. Для СФУ такой конкурс является хорошим подспорьем в наборе талантливых и профессионально ориентированных абитуриентов.

* вклад СФУ — 300 тыс рублей

Вовлекая в конкурс школьников из сельских школ и моногородов, малообеспеченных и социально неблагополучных семей, компания РУСАЛ совместно с СФУ решает проблему самореализации талантливой и активной молодежи, которой в силу существующих реалий сложнее проявить себя и реализовать свой потенциал.

Задачи программы

- Выявление и развитие творческих способностей школьников, проявляющих интерес к изучению математики, физики и химии, а также создание условий для интеллектуального развития и поддержки одаренных детей, внедрение инновационных методов профессиональной ориентации школьников в областях точных, инженерных наук и современной металлургической отрасли.
- Вовлечение учащихся муниципальных общеобразовательных учреждений в инновационную деятельность по вопросам, связанным с основами технологических процессов, реализуемых в современной металлургической отрасли;
- Вовлечение в конкурс талантливых учащихся из отдаленных и сельских территорий страны;
- Вовлечение в конкурс учащихся из малообеспеченных и неблагополучных семей к участию в конкурсе с целью их профориентации;
- Обеспечение финансовой поддержки Сибирского федерального университета в рамках проекта и обеспечение качественного набора абитуриентов;
- Организация информационной и профориентационной работы с учащимися муниципальных общеобразовательных учреждений, направленной на популяризацию конкурса, металлургической отрасли и инженерного образования;
- Формирование позитивного имиджа инженерного образования на базе Института цветных металлов и материаловедения Сибирского федерального университета. Организация различных развивающих мероприятий для учащихся муниципальных общеобразовательных учреждений, направленных на формирование социальной зрелости будущих выпускников.

Этапы программы

Всероссийский конкурс научных работ школьников «13 элемент. АЛхимия будущего» является конкурсом научно-исследовательских проектов, выполненных участниками по направлению «Металлургия и материаловедение». Конкурс проводится на базе общеобразовательных предметов: математика, физика, химия, среди двух возрастных групп — старшей (9-11 классов) и младшей (5-8 классов) — учащихся средних общеобразовательных школ, лицеев, гимназий, учреждений дополнительного образования.

Отборочный этап — в период с сентября по январь. Заключительный этап — в период с февраля по март.

На **отборочном этапе** участники проходят:

- комплексное заочное тестирование, включающее в себя задания по математике, физике, химии, металлургии и материаловедению. Задания для каждого возраста разные;
- предоставляют тезисы научно-исследовательской работы, выполненной по любому из указанных в олимпиаде предметов: математика, химия, физика и/или металлургия и материаловедение.
- викторины — это не обязательный пункт программы, но, пройдя его, участник получает бонусные баллы и узнает интересные факты об алюминии.

По итогам комплексного тестирования формируется рейтинг участников, определяются победители и призеры отборочного этапа в каждой возрастной категории, которые допускаются до заключительного этапа (финала) конкурса.

Заключительный этап конкурса:

- очный этап в течение двух дней на базе Сибирского федерального университета в городе Красноярске (очное тестирование по физике, химии, математике, металлургии, защита научных и исследовательских работ).
- развлекательные и образовательные программы и мастер — классы, экскурсии в СФУ и на заводы РУСАЛа, квесты, квизы, научно-развлекательные шоу.

В рамках заключительного этапа участники проходят конкурсное задание по тематике конкурса, тестирование и защищают научно-исследовательскую работу. Для иногородних участников предусмотрена дистанционная форма тестирования и онлайн защита проектов в случае технической возможности установления интернет-связи. Форма защиты проекта (стендовая или выступление с докладом) выбирается жюри конкурса на основании оценки тезисов работ, представленных на отборочном этапе.

По итогам заключительного этапа формируется рейтинг участников (сумма баллов, полученных за тестирование и защиту проекта) по каждой возрастной категории.

Подведение итогов

Победители и призеры конкурса определяются жюри конкурса на основе критериев, утвержденных организационным комитетом. Число победителей не должно превышать 8% от числа участников заключительного этапа конкурса, суммарное число победителей и призеров не должно превышать 45% от числа участников заключительного этапа конкурса по каждой возрастной категории.

Победители конкурса награждаются сувенирной продукцией, дипломами и денежными сертификатами. Призеры конкурса награждаются дипломами. Все участники заключительного этапа получают дипломы участника.

Абсолютными победителями конкурса в двух возрастных категориях (младшей — 5-8 класс и старшей — 9-11 класс) становятся участники конкурса, набравшие по общему суммарному рейтингу (тестирование отборочного и заключительного этапа, оценка тезисов и защита научной работы, три конкурсных задания) наибольшее количество баллов в своей возрастной группе. Льготы победителям и призерам конкурса могут быть предоставлены при поступлении в высшие учебные заведения на специальности в соответствии с профилем конкурса согласно нормам действующего законодательства и правилам приема. К льготам относятся:

- обучение в СФУ в целевой группе РУСАЛа бесплатно
- трудоустройство в РУСАЛ после завершения учебы
- дополнительные баллы для выпускников-победителей к ЕГЭ (+ 5 баллов) при поступлении в СФУ
- школьники 5-8 классов получают приглашение в «Летнюю академию» — образовательный летний лагерь СФУ.

Кроме того, дипломы и денежные призы получают:

- самая активная школа (учащиеся которой набрали наибольший суммарный рейтинг)
- научные руководители школьников, набравших наибольшее количество баллов
- лучший докладчик
- существует номинация «приз зрительских симпатий» — за лучшую поделку, сделанную из алюминиевых материалов, голосуют все желающие, присутствующие на финальных мероприятиях Конкурса

Сотрудничество

Представители региональной и муниципальной власти приглашаются в качестве экспертов на дискуссионные площадки и круглые столы, в качестве членов жюри, на награждение победителей. Министерство образования Красноярского края, Управление образования г. Красноярска помогает с распространением информации о конкурсе, осуществляя рассылку, информирование своих структурных подразделений.

Участие волонтеров

Волонтерский вклад осуществляется за счет сотрудников компании РУСАЛ и студентов СФУ. Сотрудники компании в качестве волонтеров проводят экскурсии для участников Конкурса, организуют встречи «Истории успеха», где делятся опытом и спецификой работы. Сотрудники также привлечены

к составлению вопросов викторины, к оценке тезисов и научных работ участников. Студенты СФУ привлекаются в качестве волонтеров для ведения страниц Конкурса в социальных сетях, распространении информации о Конкурсе, а также для организации финальных мероприятий Конкурса. Количество волонтеров увеличивается благодаря увеличению географии Конкурса:

- 2012 — 2013 год — 40 человек
- 2013 — 2014 год — 50 человек
- 2014 — 2015 год — 90 человек

Местное сообщество узнает о ходе проведения Конкурса через местные СМИ (телевидение, интернет — порталы, газеты). Представители органов власти, включая Министерство образования Красноярского края, приглашаются на круглые столы и дискуссионные площадки по обсуждению школьного образования, по взаимодействию бизнеса и образовательных учреждений.

Технологии программы

К традиционным технологиям относится призовой фонд: победителям Конкурса вручаются денежные сертификаты на гаджеты.

К инновационным можно отнести главный приз Конкурса — возможность обучаться в СФУ в целевой группе РУСАЛа бесплатно и трудоустройство в РУСАЛ после завершения учебы, а также дополнительные баллы для выпускников-победителей к ЕГЭ (+ 5 баллов) при поступлении в СФУ. Школьники 5-8 классов, которые побеждают в своих возрастных категориях, получают приглашение в «Летнюю академию» — образовательный летний лагерь СФУ.

Для продвижения проекта среди потенциальных участников используются не только традиционные СМИ, но и группа в социальной сети «ВКонтакте». Привлечение школьников к конкурсу проходит через проведение экскурсий на заводах, в ходе которых ребята узнают не только производственные аспекты алюминиевой отрасли, но и получают информацию о конкурсе «13 элемент. ALхимия будущего».

К инновационным промо-мероприятиям конкурса можно отнести его презентацию на различных научно-популярных фестивалях. Сибирский федеральный университет проводит свои фестивали в регионах, где школьники сразу могут выполнить первый этап олимпиадных заданий. На финальных мероприятиях конкурса кроме академической части (олимпиады и защиты работ) организуются образовательные мероприятия (как для школьников, так и учителей) — лекции, мастер-классы.

Также в рамках проведения конкурса большое внимание уделяется таким интерактивным мероприятиям, как тематические квесты, брейн-ринги, квизы, научно-познавательные шоу. Это лучший инструмент для мотивации детей начать интересоваться наукой и инженерным творчеством.

Результаты программы

В 2012-2013 учебном году в конкурсе приняли участие около 500 школьников.

В 2013-2014 учебном году число участников возросло до 1400 человек

В 2014-2015 учебном году количество участников превысило 2000 человек.

Кроме того, география конкурса ежегодно расширяется. В этом году к школьникам из Красноярского края и Хакасии, Иркутской, Кемеровской, Челябинской областей присоединились участники из Свердловской области, Москвы и Московской области, Санкт-Петербурга, Казахстана и Киргизии. Студенты, ученики профильного класса РУСАЛа в настоящее время проходят учебы в СФУ и будут трудоустроены в РУСАЛ после завершения учебы.

Четверть от всех участников в отборочном туре в 2015 году (547 человек из 2030 человек) составили школьники из малообеспеченных и многодетных семей, сельской местности и моногородов, а также сироты, инвалиды. Трое учеников из сельских школ вошли в число 26 победителей конкурса.

Стратегия оценки

Конкурс оценивается по статистическим показателям и количеству желающих принять участие. А также по увеличению числа участвующих в конкурсе территорий РФ.

2011-2012 гг. — 355 участников

2012-2013 гг. — 638 участников

2013-2014 гг. — 1392 участников

2014-2015 гг. — около 2000 участников

Планируемое продолжение

Проект будет продолжаться в 2016-2017 годах. Для развития конкурса в регионах проводятся фестивали «13 элемент», организуется участие в фестивалях науки, круглых столах с учителями и прочее. Конкурс ежегодно расширяется за счет новых форматов, актуальных и интересных для современной молодежи.

Юрий Благов

ВШМ СПбГУ

Компания РУСАЛ представила проект, образцовый по своей детальной проработанности и эффективности управления. Всероссийский конкурс научных работ школьников «13 элемент. Алхимия будущего», проводимый совместно с Сибирским федеральным университетом с 2011 г., наглядно демонстрирует создание разделяемой ценности. Благодаря проекту функционирует устойчивая модель профессиональной ориентации школьников в областях точных и инженерных наук, действующая в интересах как самой компании и металлургической отрасли в целом, так и системы общего образования на региональном и федеральном уровнях.

II МЕСТО



ТРУБНАЯ
МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ
КОМПАНИЯ

«ТОЧКА ОПОРЫ»
ПАО «ТРУБНАЯ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ
КОМПАНИЯ»

Цели программы: помощь в профессиональном самоопределении старшеклассников, повышение престижа рабочих профессий, оснащение современными учебными материалами и оборудованием профильных кабинетов школ, внедрение в образовательный процесс новых интерактивных технологий обучения.

Сроки реализации: с 2013 года

Целевая аудитория: школьники Свердловской области

Описание программы:

Проект «Точка опоры» реализуется ТМК в партнерстве с Группой Синара через БФ «Синара» и при поддержке Свердловского областного Союза промышленников и предпринимателей. Старт проекта состоялся в 2013 году. Программа направлена на повышение привлекательности рабочих профессий и включает различные формы дополнительного образования и профориентации для школьников с участием представителей образовательной сферы, промышленных предприятий Свердловской области и средств массовой информации.

Для ТМК актуальной является задача привлечения молодых рабочих и инженеров на предприятия, входящие в компанию и расположенные в малых городах области. Компания постоянно находится в поиске возможностей создания условий, при которых талантливые и целеустремленные ребята выбрали бы профессию металлурга и после учебы вернулись в свой город.

Одно из решений задачи — создание профориентационной программы, предполагающей, с одной стороны, информирование о рабочих специальностях и возможностях для молодых специалистов, с другой стороны — профориентационное «воспитание» со школьной скамьи: поддержание интереса к исследовательской и научной деятельности, содействие формированию у ребят инженерных «интересов», лидерских задатков, предоставление возможности обучаться новаторству и инновационным разработкам.

Выработке идеи проекта способствовали консультации с Союзом промышленников и предпринимателей Свердловской области, который обозначил интерес профессионального сообщества к конкретным специальностям и профессиям в сфере производства. Методология проекта появилась после детального обсуждения с руководством Управлений образования

Каменска-Уральского, Полевского и Верхней Пышмы, активом и Советами молодежи предприятий ТМК и Группы Синара.

«Точка опоры» реализуется при участии представителей образовательной сферы, промышленных предприятий Свердловской области и средств массовой информации. Охват — свыше 1500 школьников из Каменского района и г. Каменска-Уральского, Полевского округа и г. Полевского, МО Верхняя Пышма.

В рамках одного проекта совмещены различные формы профориентационных активностей для учащихся городских и сельских школ. Удалось привлечь к реализации проекта градообразующие предприятия, средства массовой информации, Управления образования городских округов.

Задачи проекта

- знакомство подростков и молодежи с производственными предприятиями Свердловской области;
- информирование учащихся о востребованных в регионе рабочих профессиях;
- формирование представлений учащихся о необходимых знаниях и квалификационных навыках для работы на современном высокотехнологичном оборудовании;
- реализация комплекса мероприятий, направленных на подготовку школьников к выбору профессии с учётом особенностей личности и социально-экономической ситуации на рынке труда, объединение усилий представителей системы образования и предприятий в этом процессе;
- развитие творческих способностей учащихся;
- привлечение предприятий различных отраслей (металлургии, пищевой, строительной и т.п.) для организации процесса наставничества, а также с целью представления их производственных площадок;
- оснащение профильных кабинетов по профессиональной ориентации учащихся и изучению естественно-научных предметов в школах и специализированных образовательных учреждениях;
- привлечение молодежи на производство.

Этапы реализации

1 этап: Конкурс сочинений, посвященный выбору профессий и семейным трудовым династиям;

2 этап: «Живые уроки» — цикл выездных лекций на предприятиях по естественно-научным предметам;

3 этап: Реалити-шоу «Билет в профессию», состоящее из серии передач, посвященных рабочим специальностям, востребованным в городе;

4 этап: Интеллектуальные поединки между школьными командами в рамках игры «Брейн-ринг» по темам «профориентация» и «краеведение»;

5 этап: Карьерный Квест с участием школьников-победителей;

6 этап: Выделение школам-победительницам премий-грантов (1 место — 100 тысяч рублей, 2 и 3 места — по 80 тысяч) на оснащение профильных кабинетов школ оборудованием и учебными материалами;

7 этап: Торжественное открытие оборудованных кабинетов и награждение лучших педагогов.

Также на территориях проходят сквозные этапы-конкурсы: конкурс проектов для преподавателей «Профориентация школьников под задачи металлургии»; в Каменске-Уральском: конкурс для школьников «Юный конструктор» (на базе Центра дополнительного образования); в Верхней Пышме: конкурс профориентационных проектов для школьников «Я выбираю профессию».

Результаты

Ежегодно в рамках проекта проводится свыше 500 мероприятий (экскурсии, живые уроки, ТВ-программы, фестивали и конкурсы), в которых участвуют около 1,5 тыс. школьников. По итогам 2013-2016 годов оборудовано 20 профильных классов математики, физики, химии, биологии, технологии, профориентации. Свыше 120 одиннадцатиклассников заявили о своем решении выбрать рабочую профессию. По итогам каждого нового сезона проекта (один учебный год) школьники дают «обратную связь», по итогам которой мероприятия «Точки опоры» обновляются и дополняются, чтобы поддерживать интерес учителей и ребят.

Партнеры

Организатором Проекта является БФ «Синара» при содействии Свердловского областного Союза промышленников и предпринимателей. А также: Управления образования гг. Каменска-Уральского, Верхней Пышмы, Полевского; ПАО «Северский трубный завод» (г. Полевской); ПАО «Синарский трубный завод» (г. Каменск-Уральский); ООО «Уральские локомотивы» (г. Верхняя Пышма); ГАОУ СПО СО «Каменск-Уральский техникум металлургии и машиностроения»; ГАОУ СПО СО «Каменск-Уральский радиотехникум»; ГАПОУ СО «Каменск-Уральский политехнический колледж»; ГАПОУ СО «Полевской многопрофильный техникум имени В. И. Назарова»; Полевской филиал ГБОУ СПО СО «Уральский радиотехнический колледж им. А.С.Попова»; ФГАОУ ВО УрФУ имени первого Президента России Б.Н.Ельцина; МАОУ ДО Центр образования и профессиональной ориентации (Верхняя Пышма); АНО «ТРИЗ-профи».

Награды

В 2016 году профориентационный проект «Точка опоры» занял первое место в номинации «Повышение качества и доступности образования, внедрение новых образовательных форм и моделей» регионального этапа VI Всероссийского Фестиваля социальных программ «СоДействие».

Перспективы развития

БФ «Синара» и ТМК в настоящее время изучают возможность «переноса» мероприятий проекта на другие территории присутствия заводов ТМК: Волгоградская и Ростовская области.

В 2017 году, согласно запросу территорий, планируется провести дополнительное обучение 75 педагогов ТРИЗ-методикам. Двухдневные семинары о возможностях применения ТРИЗ в развитии творческих навыков учащихся и профориентационной работе пройдут в Каменске-Уральском, Полевском и Верхней Пышме. Также принято решение о подключении к проекту дошкольных учреждений в г. Каменск-Уральск.

Юрий Благов

ВШМ СПбГУ

Проект «Точка опоры» привлекает четкостью своего целеполагания: повышению привлекательности рабочих профессий в рамках конкретного региона — Свердловской области. Перед нами блестящий пример комплексного подхода, позволяющего свести в единую систему развитие материальной базы профильных школьных кабинетов, внедрение в образовательный процесс новых интерактивных технологий обучения и использование различных форм дополнительного образования и профориентации. Корректная оценка эффектов позволяет обоснованно отнести проект к лучшим практикам.

III МЕСТО

SAMSUNG

ПОДДЕРЖКА СЕТЕВОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
СОДРУЖЕСТВА «УЧИМЗНАЕМ»
ООО «САМСУНГ ЭЛЕКТРОНИКС РУС КОМПАНИ»

Цели программы: обеспечить условия для реализации конституционного права на образование несовершеннолетних граждан РФ, находящихся на длительном лечении в стационарах медицинских учреждений

Сроки реализации: с 2014 года

Целевая аудитория: дети, находящиеся на лечении в стационарах медицинских учреждений, и члены их семей

Описание программы

Ежегодно порядка 6 миллионов российских детей находятся на лечении в стационарах медицинских учреждений. 120-130 тысяч детей проходят длительный курс реабилитации или лечения (более 21 дня). 21 день — срок, которым в системе здравоохранения РФ принято регулировать понятие «длительности». На деле продолжительность пребывания в медицинском учреждении может составлять месяцы, а порой и годы. В первую очередь это относится к детям с гематологическими и онкологическими заболеваниями, последствиями тяжелых травм или инфекций. Дети с подобными заболеваниями становятся оторваны от привычной среды и школы, в которой проходили обучение. Многие из них покидают родные города, приезжая на лечение в федеральные медицинские центры. При этом потребности в продолжении обучения, общении со сверстниками и развитии навыков остаются на высоком уровне — нередко это движущая сила и мощная мотивация для успешного выздоровления ребенка. Перечисленные факты стали предпосылками к созданию проекта «УчимЗнаем», реализуемого с 2014 года.

Миссия проекта — посредством создания интегрированной образовательной среды для детей с ограниченными возможностями здоровья обеспечить условия для реализации конституционного права на образование несовершеннолетних граждан РФ, находящихся на длительном лечении в стационарах медицинских учреждений.

В рамках проекта объединены усилия ряда партнеров и многих талантливых людей, которые договорились консолидировать ресурсы образовательных и медицинских организаций, а также возможности государственного и частного секторов на благо детей.

Учредителем проекта выступает ГБОУ г. Москвы «Школа №109» («Школа Ямбурга», директор — академик РАО, доктор педагогических наук Е. А. Ямбург). Соорганизаторами являются: Департамент образования города Москвы, Федеральный научно-клинический центр детской гематологии, онкологии и иммунологии им. Дмитрия Рогачева, Российская детская клиническая больница.

Поддержку проекту оказывают: Министерство образования и науки РФ, Министерство здравоохранения РФ, Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки, Уполномоченный при президенте РФ по правам ребенка.

Партнером проекта со времени его зарождения выступает компания Samsung Electronics. В рамках международной корпоративной инициативы «Надежду — детям» компания предоставляет необходимое для образовательных целей оборудование (планшеты и электронные доски, а также решение для интерактивного обучения Samsung School).

Внедрение цифровых технологий в образовательный процесс позволяет решать важные задачи. В частности, из-за сложного инфекционного режима медицинских учреждений не разрешается использование печатных учебников и материалов, невозможно проведение естественнонаучных опытов. Таким образом, планшет, который легко дезинфицируется, становится единственным и полноценным инструментом для учителя при проведении уроков. Более того, современные технологии дают возможность проводить занятия не только в учебном классе, но и выстраивать дистанционную работу учителя и учащегося, находящегося в индивидуальной палате.

Реализация проекта

Проект «УчимЗнаем» предполагает создание новой модели обучения детей (полноценной школы) в стационарах медучреждений, учитывающей целый комплекс организационно-правовых аспектов такой деятельности, а также особенности в работе с детьми на длительном лечении.

Организационно-управленческая модель:

В рамках проекта в 2014-2015 учебном году создано «Обособленное структурное подразделение «ГБОУ Школа № 109». Являясь образовательной организацией, подразделение стало осуществлять обучение детей по общеобразовательным программам основного и дополнительного образования на базе ФГБУ «РДКБ» Минздрава России и ФГБУ «ФНКЦ ДГОИ им. Дмитрия Рогачева» Минздрава России.

Таким образом, сложилось сотрудничество между образовательной и медицинской организациями. Оно было скреплено договором о совместном участии в сетевой форме реализации образовательных программ.

Со стороны медицинских учреждений предоставлялось помещение для осуществления образовательной деятельности, покрытие коммунальных расходов. Образовательная организация взяла на себя учебно-методическое обеспечение, организацию работы педагогов, предоставление учебного оборудования и электронных образовательных ресурсов.

Решение сложного вопроса о финансировании совместной деятельности стало возможным благодаря поддержке Департамента образования города Москвы. Изначально реализация права ребенка на получение обязательного общего образования вне зависимости от жизненной ситуации, в которой он оказался, обеспечивается из бюджета того региона, в котором ребенок постоянно проживает с родителями. При этом зачастую дети с тяжелыми заболеваниями со всех субъектов РФ на длительное время покидают родные города и приезжают на лечение в федеральные научно-клинические центры, в первую очередь — в Москву. По результатам рассмотрения проекта Департамент образования г. Москвы утвердил его в форме региональной инновационной площадки и принял решение в пользу его финансирования. Тем самым Правительство г. Москвы взяло на себя дополнительные социальные обязательства по отношению ко всем детям России, приехавшим на длительное лечение в федеральные больницы города. При этом было оговорено, что направленные средства используются только на оплату работ специального педагогического штата для осуществления образовательной деятельности с пациентами двух детских федеральных больниц. В то время как создание условий, приобретение оборудования и других необходимых средств для ведения образовательной деятельности осталось за рамками государственной работы. Содействие в данном вопросе оказала компания Samsung, ставшая техническим партнером проекта «УчимЗнаем».

Также было образовано Сетевое образовательное содружество, в которое вошли многие образовательные организации Москвы и других субъектов РФ с целью совместного использования лучших образовательных практик, наиболее гибко отвечающих задачам обучения детей, находящихся на длительном лечении в больницах, обмена знаниями и их распространения. Таким образом сложилось объединение различных организаций, направивших свои усилия на создание полноценной школы в стационаре медицинских учреждений и реализации конституционного права ребенка на получение образования.

Особенности организации образовательного процесса:

Как показал опыт реализации школы на базе стационаров медучреждений в Москве, даже после сложных операций дети могут успешно сдавать ЕГЭ и побеждать в профильных олимпиадах. Это становится возможным при внимательной работе с детьми с учетом ряда важных особенностей.

Организация обучения в медицинском стационаре существенно отличается от простого образовательного процесса: разрешение на прохождение занятий должны давать врачи (и по условиям осуществления образовательной деятельности, и по объему учебной нагрузки). Важно предусмотреть в клиниках учебные зоны, которые будут психологически отличаться от той среды, в которой ребенок проводит большую часть времени. Необходимо находить индивидуальный подход к каждому ребенку с учетом его психофизического состояния и состояния здоровья, а также понимания уровня знаний, которыми он обладает. При этом особую роль играет создание единой среды, способствующей развитию, реабилитации и социализации ребят. Среда, которая будет сочетать смешанное обучение, непосредственную работу педагогов с ребенком, использование инструментов электронного образования, а также дистанционных образовательных технологий. Этим элементам уделено большое внимание в рамках проекта «УчимЗнаем». В дополнение к проведению занятий по общеобразовательным предметам организуются широкий круг дополнительных активностей, которые развивают интересы ребят, создают положительный эмоциональный настрой, дающий силы для преодоления болезни. Например, проводятся курсы по работе с офисным программным обеспечением, благодаря чему дети получают профессиональные навыки. Идут занятия по лего-конструированию, шахматам, работает семейный клуб чтения, ребята вместе с педагогами создают и записывают литературно-музыкальные композиции и многое другое.

Школьный сектор больницы становится местом притяжения и эпицентром образовательной и досуговой жизни детей: здесь проходят групповые и индивидуальные занятия, внеурочные мероприятия, совместные уроки с приглашенными здоровыми детьми из других школ, встречи с интересными людьми; из аудитории школьного сектора больницы проводятся занятия в форме видеоконференций с детьми, находящимися в больничных палатах лечебных отделений. Вся среда школьного сектора больницы, отличающаяся эмоционально и психологически, является важным компонентом не только образовательного, но и реабилитационного процесса. Участниками внеурочных школьных дел вместе с детьми на лечении являются их родители, становятся их здоровые братья и сестры.

Такой подход кардинально отличается от дистанционного образования, в рамках которого сложно обеспечить качественное содержательное наполнение учебного процесса, а также постоянную связь с учителем, не говоря уже о проведении программ дополнительного образования. Более того, поскольку образовательный процесс под эгидой проекта «УчимЗнаем» базируется на учебных планах, которые в полном объеме соответствуют Федеральным государственным образовательным стандартам общего обра-

зования в очно-заочной форме обучения, дети получают возможность полноценной сдачи государственных экзаменов.

Для выпускников 9 и 11 классов, оказавшихся в период государственных экзаменов на лечении в больнице, в школе открывается пункт проведения государственной итоговой аттестации и единого государственного экзамена. После выписки из больницы ученику выдается ведомость отметок за период обучения обучающегося, находящегося на длительном лечении в стационаре медицинского учреждения, для учета результата в текущей успеваемости в школе по месту жительства, либо аттестат об образовании.

Большое внимание в рамках проекта уделяется педагогическому коллективу школы: педагогам, тьюторам, педагогам-психологам и педагогам-логопедам. Организована система повышения квалификации, предполагающая развитие педагогических компетенций и освоение технологий обучения детей, находящихся на длительном лечении. Более того, в школе в ФНКЦ им. Дмитрия Рогачева для родителей, которые находятся в клиниках вместе с болеющими детьми, реализуются образовательные программы, которые помогают им стать помощниками детям в учебе и сформировать дополнительные педагогические компетенции.

Результаты программы

В качестве партнера компания Samsung в 2014-2015 годах оснастила решением Samsung School (дисплеи, планшеты и специализированное ПО):

- 1 учебный класс в школе №109, где проходит обучение преподавателей и тьюторов для работы с детьми, находящимися на длительном лечении;
- 11 учебных помещений в Федеральном научно-клиническом центре детской гематологии, онкологии и иммунологии имени Дмитрия Рогачева и Российской детской клинической больнице (РДКБ).

Дополнительно компания предоставила планшеты для индивидуальной работы.

В 2015 году по итогам Всероссийского правительственного совещания по проблеме обучения детей, находящихся на длительном клиническом лечении в медицинских учреждениях, было принято решение о расширении географии проекта. Первым регионом-участником стал город Хабаровск. Учебный класс был открыт на базе КГБУЗ «Детская краевая клиническая больница» имени А.К. Пиотровича. Также было подписано трехстороннее соглашение между Министерством образования и науки Хабаровского края, Samsung Electronics и Сетевым Образовательным Содружеством «УчимЗнаем». Обучать детей, находящихся на лечении в Детской краевой клинической больнице, будут специалисты Краевого центра образования (КЦО), причем для них это станет не дополнительной нагрузкой, а полноценной работой. Для этого в КЦО создано отдельное

структурное подразделение, а педагоги прошли повышение квалификации в Хабаровском центре психолого-педагогической, медицинской и социальной помощи.

Проект также получил развитие в самой западной области нашей страны — Калининградской, где его реализацию поддержали Министерство образования и Министерство здравоохранения области. Два учебных класса созданы в отделениях онкогематологии и хирургии ГБУЗ «Детская областная больница».

Оценка эффективности

В рамках проекта была проделана большая работа по разработке и внедрению эффективной системы организации образовательной деятельности в стационарах медицинских учреждений для детей, находящихся на длительном лечении:

1. Разработаны учебные планы, которые отражают в полном объеме Федеральные государственные образовательные стандарты общего образования в очно-заочной форме обучения в стационарах медицинских учреждений;
2. Создана организационно-управленческая модель реализации проекта;
3. Получена поддержка федеральных и региональных министерств образования и здравоохранения, иных ведомств;
4. Объединены усилия партнеров, обеспечивающих организационную поддержку;
5. Сформирована учебная среда в условиях стационаров медицинских учреждений, которая предполагает обучение по общеобразовательной программе и программам дополнительного образования с полной ориентацией на индивидуальные потребности и возможности ребенка;
6. Внедрено широкое использование цифровых технологий, предоставленных компанией Samsung, позволяющих реализовывать различные форматы обучения как индивидуально, так и в группах, и снимающие ограничения, связанные с санитарными нормами (невозможность использовать печатные книги и материалы);
7. В течение 2 лет отработана модель проведения государственной итоговой аттестации учащихся (ГИА в 9 классе, ЕГЭ в 11 классе) в условиях стационара медицинской организации. Эта практика нашла понимание в Федеральной службе по надзору в сфере образования и науки и отражена в соответствующих федеральных нормативно-правовых актах. Дети и подростки, находящиеся на длительном лечении в условиях стационара медицинской организации, благодаря общеобразовательной подготовке и сильнейшей личной мотивации успешно сдают государственные экзамены и продолжают обучение на следующих уровнях образования.

В целом создана среда развития ребенка и семейной реабилитации, учитывающая психофизическое состояние и состояние здоровья пациента и вместе с тем формирующая стимулы к его выздоровлению — среда, создающая возможность личностного роста и успешной социализации.

Представленный опыт находит поддержку со стороны различных регионов РФ, заинтересованных в его тиражировании. И главное — он обеспечивает условия для реализации конституционного права на получения образования несовершеннолетними гражданами РФ, находящихся на длительном лечении в стационарах медицинских учреждений. Интегрированная образовательная среда открывает для детей с ограниченными возможностями здоровья новые перспективы для реализации неограниченных возможностей личности и полноценной медико-социальной реабилитации.

Юрий Благов

ВШМ СПбГУ

Проект сетевого образовательного содружества «УчимЗнаем» прекрасно иллюстрирует дух и букву «качественного образования» как одной из Целей в области устойчивого развития ООН. С одной стороны, совершенствуется материальная и методическая база образования, развиваются современные цифровые технологии. С другой стороны, решается важная социальная задача — обеспечиваются условия для реализации конституционного права на образование несовершеннолетних граждан Российской Федерации, находящихся на длительном стационарном лечении. Проект является образцом межсекторного взаимодействия, обладает высоким потенциалом масштабирования и тиражирования.

НОМИНАЦИЯ

«ЛУЧШАЯ ПРОГРАММА (ПРОЕКТ), НАПРАВЛЕННАЯ НА ПОДДЕРЖКУ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА И КУЛЬТУРЫ»

Партнер номинации: Британский Совет.

Какие проекты рассматриваются: благотворительные программы (проекты) компаний в области культуры и современного искусства, направленные на развитие культурного разнообразия, разных форм современного искусства и творческих индустрий.

Приоритет: актуальность, четкая формулировка целей и задач, разработка программы с учетом современных социокультурных контекстов и наиболее актуальных методов и технологий, охват аудитории, программы, реализуемые на стыке искусства, культуры, науки, образования, соответствие локальному контексту, содействие развитию местных сообществ, следование политике равных возможностей, взаимодействие с широким кругом партнеров

Татьяна Ильина

Заместитель директора Британского совета по вопросам искусства

Британский Совет высоко оценивает проект Форума Доноров «Лидеры корпоративной благотворительности». Благодаря проекту крупнейшие российские и зарубежные благотворительные организации, работающие в России, объединяют усилия и совместно помогают формированию современного, демократического гражданского общества в России. Культура и искусство являются важнейшей составляющей здорового общества, и мы рады, что компании продолжают оказывать поддержку проектам в области искусства и культуры, таким образом способствуя социально-экономическому развитию территорий, созданию «культурной» инфраструктуры, развитию творческого потенциала.

В этом году на конкурс было представлено семь проектов. В целом проекты значимые и интересные, многие из них имеют потенциал и необходимые условия для дальнейшего развития. Некоторые проекты еще довольно молодые и в будущем было бы интересно проследить за их дальнейшей судьбой и изменениями, к которым они привели. Как и в прошлом году, одним из важных фильтров при оценке проектов было то, что мы называем impact — влияние или воздействие, а также то «наследие», которое оставляет проект. Хочется отметить, что большая

часть проектов продолжает реализовываться в традиционных, уже привычных аудитории форматах. Поиск новых форм взаимодействия с аудиторией, нестандартных способов подачи материала по-прежнему остается важным и актуальным для учреждений культуры, и на наш взгляд здесь имеется большой потенциал для более инновационных и плодотворных форм сотрудничества бизнеса и сферы культуры.

Среди проектов этого года лидирует программа компании JTI Россия «Инклюзивные программы музея современного искусства «Гараж». Совместный проект компании JTI Россия и Фонда «Айрис» — это серия очень важных программ, направленная на решение проблемы доступа к искусству для людей с нарушениями слуха. Основная задача проекта заключается в разработке и внедрении методики по адаптации образовательных программ музея «Гараж» для людей с нарушением слуха, а также во взаимодействии с музейным сообществом по привлечению внимания к проблеме и практическим способам ее решения. Работа ведется на нескольких уровнях — среди сотрудников самого Музея, в профессиональном музейном сообществе, а также напрямую с посетителями музея, которые в силу особенностей здоровья раньше не имели возможности участвовать в культурной жизни. В рамках проекта запущен курс основ русского жестового языка для сотрудников российских музеев, открыты курсы по обучению экскурсоводов с нарушениями слуха, адаптированы видеозаписи лекций Музея для людей с нарушениями слуха и зрения.

Второй проект, который мы хотели бы отметить — это проект «Сохранение и популяризация культурного и языкового наследия сахалинских нивхов» компании «Сахалин Энерджи». В рамках проекта была проведена большая работа с нивхами, коренным малочисленным народом, проживающим на территории о.Сахалин. Один из главных приоритетов проекта — способствовать устойчивому развитию и росту потенциала коренных малочисленных народов региона, а также сохранение их уникальной культуры и языка и привлечение внимания к проблеме на региональном, федеральном и международном уровне.

Мы также решили отметить еще два проекта, которые поделили между собой третье место. Это проект «Визитная карточка города» акционерного общества «Апатит» и проект «Возрождение нивхского языка» компании «Эксон Нефтегаз Лимитед». Оба проекта молодые, но с хорошим потенциалом для развития и, безусловно, заслуживающие внимания.

В рамках проекта «Визитная карточка города» акционерного общества «Апатит» создан интерактивный Музейно-выставочный центр АО «Апатит» в г. Кировск Мурманской области, открыта мультимедийная интерактивная экспозиция с геологической направленностью, которая используется

не только в развлекательных, но и в образовательных целях. На территории МВЦ проходят культурные мероприятия, превращающие музей в активную городскую среду и делающие культуру доступной для жителей города.

Проект «Возрождение нивхского языка» компании «Эксон Нефтегаз Лимитед» направлен на сохранение нивхского языка, языка одного из коренных малочисленных народов Сахалина. Одна из задач проекта — закладывание основы для восстановления нивхского языка как языка повседневной коммуникации. В рамках проекта прошел ряд семинаров по поиску эффективных способов сохранения и популяризации языка нивхов, организован летний языковой лагерь с участием представителей нивхов разных поколений, созданы языковые группы в детских садах, ведется работа по подготовке учебных пособий и создание интернет-ресурсов по нивхскому языку и культуре.



I МЕСТО

ИНКЛЮЗИВНЫЕ ПРОГРАММЫ
МУЗЕЯ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА «ГАРАЖ»
ООО «ДЖ.Т.И. РОССИЯ»

Цели программы: сделать доступным современное искусство для людей с нарушениями слуха.

Задачи программы: создание методики работы и адаптации образовательных программ Музея современного искусства «Гараж» для людей с нарушениями слуха.

Сроки реализации: 2015-2016 гг.

Бюджет: 5,5 млн рублей

Целевая аудитория: люди с нарушениями слуха.

Описание программы

В 2015 году Фонд развития и поддержки искусства «АЙРИС» — некоммерческая организация, основанная для продвижения и развития современной культуры, которая поддерживает деятельность Музея современного искусства «Гараж» — благодаря финансовой помощи компании JTI Россия запустила серию уникальных программ. Их задача — поднять и разрешить проблему работы с посетителями с нарушениями слуха в российской музейной практике.

Музей «Гараж» — независимая платформа современного искусства в Москве, реализующая широкую выставочную и научно-исследовательскую деятельность. Исходя из предыдущего опыта Музея, а также в продолжение консультаций с представителями музейного сообщества и Всероссийского общества глухих, было выявлено, что у посетителей с нарушениями слуха, как правило, нет возможности получать знания об искусстве, а в связи с лингвистическими особенностями жестового языка не всем глухим и слабослышащим доступна текстовая информация. Поэтому задача по созданию методики работы и адаптации образовательных программ Музея для людей с данной формой инвалидности, представляющих лингвистическое меньшинство, имеет высочайшую актуальность.

Средства компании были выделены для реализации трёх соответствующих программ Музея, которые по оценке экспертов и консультантов инклюзивной программы Музея современного искусства «Гараж» являются одними из самых актуальных в рамках заданной проблематики.

«Адаптация видеозаписей лекций Музея «Гараж» для людей с нарушением слуха и нарушением зрения».

Целью проекта является адаптация для посетителей с нарушением слуха и зрения видеозаписей лекций, прошедших в Музее «Гараж», начиная с 2013 года. В рамках проекта будут адаптированы 74 лекции из легендарных циклов арт-критика и культуролога Ирины Кулик «Дерево русского современного искусства» и «Несимметричные подоби́я». Они познакомят слушателей с теорией и практикой современного искусства, историческим контекстом и международным знанием, главными именами искусства XX века и героями российского искусства с 50-х годов и по сегодняшний день, а также многими другими фактами, представленными в виртуальном кураторском проекте Ирины Кулик, которые ранее были недоступны.

Для адаптации циклов лекций для посетителей с нарушениями зрения выполнен тифлокомментарий (вербальное описание) слайдов презентации, которые использует лектор, а также осуществлен перевод лекции на жестовый язык с добавлением русских субтитров. Внутри каждого видео слева внизу экрана добавлен силуэт переводчика жестового языка.

В рамках цикла «Несимметричные подоби́я» будет адаптировано 62 лекции, а в рамках цикла «Дерево русского современного искусства» — 12 лекций. Проект реализуется начиная с 2015 года и завершится в 2017 году. Основными этапами работ являются:

1. расшифровка лекций;
2. запись тифлокомментария;
3. запись перевода на жестовый язык;
4. изготовление субтитров;
5. монтаж.

Бюджет проекта: 1 110 000 рублей.

«Разработка курса обучения на русском жестовом языке для сотрудников российских музеев».

Музей «Гараж» совместно с компанией JTI Россия запустил курс основ русского жестового языка для московских музейных сотрудников, чтобы сделать пребывание посетителей с нарушениями слуха в музее более насыщенным, а также предоставить музейным сотрудникам возможность наладить коммуникацию с новыми группами посетителей.

Цель курса — преодоление коммуникативных и социальных барьеров при работе со слабослышащими посетителями. Специально для курса была разработана брошюра-памятка, где содержится основная часть

методического материала, брошюра для самостоятельного освоения дактиля и записан видеокурс жестового языка, который выдается слушателям на USB-накопителе.

В рамках курса, который состоит из четырех еженедельных занятий по 2 часа каждое, менеджер отдела инклюзивных программ, дефектолог и носитель жестового языка рассказывают о специфике коммуникации с глухими и слабослышащими посетителями и показывают основные фразы на жестовом языке. Помимо изучения дактиля и основных фраз на жестовом языке курс содержит общую информацию о глухих и слабослышащих посетителях. На текущий момент курс прослушали 35 сотрудников ведущих музеев и культурных учреждений г. Москвы, который будет расширяться и выходить за рамки Центрального региона России.

Проект стартовал в декабре 2015 года и завершится в декабре 2016 года. Основными этапами проекта являются:

Декабрь 2015 — апрель 2016

1. разработка и дизайн брошюры для обучения на русском жестовом языке;
2. печать брошюры для обучения на русском жестовом языке;
3. запись видеокурса (5 шт.).

Апрель 2016 — декабрь 2016

4. проведение 4-х волн курсов.

На сегодняшний день произведены брошюры для обучения и запись видеокурса, проведено две волны курсов.

Бюджет курса: 330 000 рублей.

«Разработка видеокурса на русском жестовом языке, посвященного основным терминам искусства XX-XXI вв.»

В русском жестовом языке многие слова, связанные с искусством, не имеют жестовых аналогов. В связи с этим не всем слабослышащим посетителям доступна текстовая информация и привычная всем литература об искусстве, а также у них есть существенные ограничения в получении знаний об искусстве из-за отсутствия специальной терминологии.

Одним из возможных решений этой проблемы стала разработка и введение новых терминов об искусстве в русский жестовый язык, которые будут использоваться в ходе экскурсий и другой работе со слабослышащими посетителями. Музей «Гараж» разработал систему терминов, которую необходимо позаимствовать и адаптировать из американского или британского жестового языка. Ранее отсутствовавшие жесты, обозначающие основные направления в искусстве, прижившись

со временем в русском жестовом языке, облегчат передачу информации об искусстве.

Видеокурс об основных терминах искусства XX века на жестовом языке станет уникальной возможностью для глухих и слабослышащих получить информацию об искусстве, которая является общедоступной для людей без инвалидности.

Все видео будут сопровождаться субтитрами, для того чтобы слабослышащие, не владеющие жестовым языком, смогли бы также в доступной форме получить информацию по содержанию видеоматериалов. Курс составят 36 видеороликов об основных направлениях, художественных методах и переломных событиях в развитии искусства XX века на жестовом языке, доступных онлайн.

Проект реализуется начиная с мая 2016 года и завершится в сентябре 2016 года. Основными этапами проекта являются:

1. разработка словаря терминов;
2. перевод на жестовый язык;
3. производство видео.

Бюджет курса: 825 200 рублей.

За все это время Музей «Гараж» был и остается местом активного досуга посетителей с нарушениями слуха и зрения, жителей Москвы и Московской области. Благодаря реализуемым проектам при поддержке компании JTI в Музее создается уникальное содержание экскурсий, адаптированные лекции посетители могут изучать на сайте Музея, а также прийти в «Гараж» и получить живое общение с сотрудником Музея на русском языке жестов. С начала 2016 года только в рамках экскурсий на жестовом языке Музей посетило более 800 глухих и слабослышащих людей. Посетители и наблюдатели за деятельностью инклюзивного отдела «Гаража» не раз отмечали качество и эффективность новых проектов. Приятной оценкой проекта является отзыв о работе Музея от председателя московского отделения Всероссийского общества глухих.

Результаты

Результатом программ, осуществляемых Музеем «Гараж» и компанией «Дж.Т.И. Россия», является предоставление уникального образовательного контента об искусстве для посетителей с ограничениями по слуху и зрению, а также создание профессиональной платформы, состоящей из сотрудников музеев, которые уже сегодня могут взаимодействовать и доносить знания благополучателям.

Планируемое продолжение

В связи с высокой актуальностью проекта по «Разработке видеокурса на русском жестовом языке, посвященного основным терминам искусства XX века», в сентябре 2016 года Музей «Гараж» при поддержке JTI запускает программу по подготовке глухих и слабослышащих экскурсоводов для проведения экскурсий на жестовом языке.

Программа подготовки даст возможность 10 глухим и слабослышащим студентам, а также выпускникам Российской государственной специализированной академии искусств (РГСАИ) стать профессиональными экскурсоводами и проводить экскурсии в различных художественных музеях Москвы.

Татьяна Ильина

Британский Совет

Программа компании JTI «Инклюзивные программы музея современного искусства «Гараж» была признана лидером единогласно и с большим перевесом. То, что инклюзивные программы стали для Музея важной составляющей его деятельности, заслуживает самой высокой оценки. Работают курсы профессиональной подготовки для музейных специалистов, за последний год около тысячи глухих и слабослышащих людей посетило Музей. Проект имеет огромный потенциал для дальнейшего развития и мы надеемся, что «Гараж» будет развивать инклюзивные программы и станет ведущим музеем по их разработке и реализации, а также по передаче этого опыта другим музеям страны. По уровню воздействия на целевые аудитории, а также по способу решения задач, стоящих перед современным обществом, это самый серьезный из представленных на конкурс проектов.



II МЕСТО

«СОХРАНЕНИЕ И ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ КУЛЬТУРНОГО И ЯЗЫКОВОГО НАСЛЕДИЯ САХАЛИНСКИХ НИВХОВ» «САХАЛИН ЭНЕРДЖИ ИНВЕСТМЕНТ КОМПАНИ ЛТД.»

Цели программы:

- Формирование имиджа «Сахалин Энерджи» как социально ответственной компании, учитывающей культурно-социологические особенности региона присутствия на региональном, федеральном и международном уровнях.
- Укрепление репутации компании как лидера во взаимодействии с коренными народами Севера на региональном, федеральном и международном уровнях.
- Укрепление и поддержание взаимодействия с заинтересованными сторонами из числа коренных народов Севера, а также других групп стейкхолдеров, работающих в этой сфере.
- Содействие в сохранении и популяризации языков и культуры коренных малочисленных народов Севера Сахалинской области среди широкой группы заинтересованных сторон.
- Культурное воспитание подрастающего поколения.
- Развитие национального языкового образования.
- Развитие уважения к культурам других народов.
- Повышение социальной полезности и привлекательности местных культурных ресурсов.
- Интеграция усилий заинтересованных сторон в реализации целей и задач в сфере культуры.
- Повышение эффективности управления процессами в сфере культуры на межмуниципальном и областном уровнях.
- Вклад в восприятие Российской Федерации как многонационального государства среди международных заинтересованных сторон (агентств ООН, экспертов и т.д.).

Задачи программы

- Формирование у подрастающего поколения образа России как многонационального государства.
- Развитие заинтересованности у школьников в культурном и языковом наследии народов России на примере сахалинских нивхов.

- Привлечение максимального количества участников к реализации проекта, включая представителей КМНС Сахалинской области, НКО, государственные органы, экспертов.
- Сохранение произведений нивхской литературы на современных цифровых носителях информации.
- Развитие музейной деятельности и межмузейного сотрудничества в Сахалинской области.
- Развитие творческого потенциала и повышение общекультурной компетентности населения, в т.ч. мастеров ДПИ из числа коренных народов Севера Сахалинской области.

Сроки реализации: сентябрь 2015 г. — декабрь 2016 г.

Бюджет: 7,5 млн рублей.

Целевая аудитория: коренные малочисленные народы Севера (КМНС) Сахалинской области, некоммерческие организации КМНС Сахалинской области и РФ; организации, занимающиеся сохранением, изучением, развитием и популяризацией культуры и традиций КМНС, органы власти, эксперты; дети, подростки и молодежь, а также взрослое население (посетители выставок, участники проектных мероприятий).

Описание программы

Среди более чем 180 народов, проживающих на территории Российской Федерации, 40 относятся к коренным малочисленным народам Севера, Сибири и Дальнего Востока. Эти народы обладают уникальной культурой, несут в себе колоссальный жизненный потенциал и исторический опыт. Однако сегодня придерживаться традиционного уклада жизни, сохранять национальную и культурную идентичность становится все сложнее. В современных условиях языки и культура малых народов испытывают острую конкуренцию со стороны повсеместно распространенных средств массовой коммуникации.

Компания «Сахалин Энерджи» осуществляет свою деятельность на о. Сахалин, где живут около 4 тысяч представителей коренных малочисленных народов Севера. Основываясь на том, что уважение и поддержка прав человека, включая уязвимые группы населения, является неотъемлемой частью ответственного бизнеса, «Сахалин Энерджи» поставила перед собой задачу способствовать как устойчивому развитию и росту потенциала коренных малочисленных народов сахалинской земли, так и сохранению их уникальной культуры и языков. В частности, в течение многих лет компания поддерживает лингвистические и фольклорные исследования, а также издание книг, посвященных языкам и устному народному творчеству коренных малочисленных народов Сахалина.

Самой многочисленной этнической группой, относящейся к коренным малочисленным народам Севера Сахалинской области, являются нивхи (на 01 января 2015 г. на Сахалине проживали около 3090 нивхов). В целях сохранения исконной культуры и возрождения народных нивхских традиций на Сахалине регулярно проводятся народные праздники, созданы фольклорные ансамбли. Неоценимый вклад в копилку национальной культуры своего народа вносил и вносит известный писатель, основоположник нивхской классической литературы Владимир Михайлович Санги, чье 80-летие отмечалось в 2015 г.

В.М.Санги по праву считается основателем нивхской литературы. Он — поэт и прозаик, перу которого принадлежат художественные произведения как на русском, так и на нивхском языках, в том числе и переведенные на многие языки мира. Бесценен его вклад в национальную культуру и как создателя нивхского алфавита, который был введен в действие в 1979 г. В.М.Санги — автор правил нивхской орфографии, нивхского букваря, учебника нивхского языка, учебников для нивхских школ, книг для чтения на нивхском языке. Его перу принадлежат переводы на нивхский язык произведений классиков русской литературы.

«Сахалин Энерджи» реализовывала с писателем несколько совместных проектов. В частности, компания финансировала работу над изданием «Эпоса сахалинских нивхов» В.М.Санги в 2011-2013 гг. Владимир Санги переводил на нивхский язык «Всеобщую декларацию прав человека» и «Декларацию о правах коренных народов» ООН, перевод и издание которых финансировала «Сахалин Энерджи».

В связи с 80-летним юбилеем Владимира Санги «Сахалин Энерджи» предложила провести серию мероприятий на местном, федеральном и международном уровнях. Инициатива компании была поддержана Правительством Сахалинской области. Распоряжением Губернатора была сформирована рабочая группа при вице-губернаторе Сахалинской области. В рабочую группу вошли представители коренных малочисленных народов Севера, Правительства, Министерства культуры и архивного дела и Министерства образования Сахалинской области, компании «Сахалин Энерджи». Рабочая группа была ответственна за разработку и реализацию «Плана мероприятий».

Рабочая группа выступила с предложением провести мероприятия под эгидой Комиссии Российской Федерации по делам ЮНЕСКО, что получило поддержку Министра иностранных дел РФ С.В.Лаврова. Эти мероприятия способствовали популяризации культуры коренных малочисленных народов, в частности, сахалинских нивхов, сохранению их самобытного культурного и языкового наследия, созданию условий для дальнейшего

развития потенциала малочисленных народов, с одной стороны, и распространению знаний о их культуре и традициях, с другой.

Этапы проекта

1. Международный круглый стол «Сохранение и популяризация культурного и языкового наследия сахалинских нивхов», 18 марта 2015 г. Штаб-квартира ЮНЕСКО, г. Париж. Мероприятие проводилось под эгидой Комиссии РФ по делам ЮНЕСКО. Его организаторами стали «Сахалин Энерджи», Правительство Сахалинской области и Постоянное представительство Российской Федерации при ЮНЕСКО. В круглом столе участвовали эксперты, представители государственных органов РФ (Министерства образования, МИД) и ООН, некоммерческих организаций. К участникам обратились с посланием Генерального директора ЮНЕСКО «По случаю 80-летия Владимира Михайловича Санги». Свой доклад об опыте взаимодействия с коренными народами по сохранению их языков и культуры представила также компания «Сахалин Энерджи». Работа круглого стола сопровождалась концертной программой, представленной ансамблями коренных народов Сахалинской области.

2. Оцифровка произведений Владимира Санги (вместе с Российской государственной библиотекой). Благодаря проекту с любым произведением Владимира Санги можно познакомиться в онлайн-режиме на сайте Российской государственной библиотеки www.rsl.ru. Презентация проекта прошла 20 марта на торжественном мероприятии, посвященном 80-летию юбилею Владимира Санги, в Москве.

3. Участие в десятой международной выставке-ярмарке «Сокровища Севера 2015», апрель, г. Москва. Компания «Сахалин Энерджи» приняла активное участие в деловой программе выставки, а также представила стендовую презентацию о сохранении культуры и языков коренных малочисленных народов Севера Сахалинской области. Главной идеей экспозиции стало приглашение в литературный мир Владимира Санги, где каждый посетитель мог познакомиться с оцифрованными произведениями автора, а также получить его автограф.

4. Совместно с Ассоциацией коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока РФ компания выступила организатором Литературных чтений, посвященных творчеству писателей и поэтов коренных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока «Душа Севера». Особое внимание на Литературных чтениях было уделено творчеству В. М. Санги.

5. Конкурс для детей и подростков, посвященный творчеству В.М. Санги, март-октябрь, Сахалинская область. Для того чтобы привлечь внимание детей и подростков на проект, заинтересовать и познакомить с творчеством нивхского писателя, а соответственно, с уникальностью нивхской культуры,

повысить вовлеченность юных сахалинцев в мероприятия, был организован областной творческий конкурс.

Конкурс проводился по следующим номинациям:

- Литературное творчество (в категориях сочинение, эссе, исследовательская работа).
- Буктрейлер.
- Изобразительное творчество (в категориях рисунок и стенгазета/плакат).
- Декоративно-прикладное творчество.

Это совместный проект Министерства образования Сахалинской области и компании «Сахалин Энерджи».

6. Выставки в Сахалинском областном художественном музее, ноябрь-декабрь, г. Южно-Сахалинск. Выставки «Сказки нивхской земли» и «Мир нивхов» завершили цикл мероприятий, посвященных 80-летию В. М. Санги.

Первая экспозиция — «Сказки нивхской земли» — результат литературно-художественного конкурса, в котором приняли участие более двухсот детей от 3 до 16 лет из разных районов области. Юные сахалинцы рисовали, вырезали, выжигали, лепили, сочиняли свои произведения по мотивам творчества писателя.

Еще одна экспозиция в Сахалинском областном художественном музее, посвященная юбилею писателя, собрала воедино живопись, графику, скульптуры, предметы декоративно-прикладного творчества, в которой жизнь нивхов была представлена в лицах, традициях и этнографически точных деталях быта.

Выставка «Мир нивхов» объединила произведения из коллекций нескольких сахалинских музеев. Многие произведения были впервые представлены публике, что повысило интерес посетителей. Специально к выставке был издан каталог, который представляет работы и их авторов, среди которых представители КМНС (Сергей Таянович Гурка, Лидия Демьяновна Кимова). Информация о проекте «Сохранение и популяризация культурного и языкового наследия сахалинских нивхов», о ключевых мероприятиях как в России, так и за рубежом, а также о вкладе компании «Сахалин Энерджи» в реализацию проекта включена в данный каталог.

Специально к выставке по заказу организаторов сахалинский резчик Вадим Левкун изготовил макеты нивхского зимнего жилища, летнего жилища и юкольника. Эти работы стали новым этапом в творчестве мастера.

В рамках выставки были разработаны и проводились мастер-классы по тематикам «Художественная обработка рыбьей кожи», «Нивхские краски сахалинской земли», «Орнамент в искусстве коренных народов Сахалина», на которые мог записаться любой желающий.

Способы коммуникации с целевыми аудиториями

В рамках реализации проекта была выпущена следующая печатная продукция, распространявшаяся на мероприятиях проекта в течение года. На каждом мероприятии наряду с ранее представленными демонстрировались и новые материалы.

- Книга «Владимир Санги» рассказывает о жизни и творчестве писателя. Книга была впервые представлена на мероприятии в Штаб-квартире ЮНЕСКО. В дальнейшем она распространялась среди заинтересованных сторон, а также передана в библиотеки Сахалинской области.
- Серия открыток-пазлов. Серия состоит из открыток четырех видов, где содержится информация о писателе и основных мероприятиях, проводившихся в рамках празднования его 80-летия. Открытки брендированы логотипом «Сахалин Энерджи».
- Набор закладок для книг «Владимир Михайлович Санги» состоит из восьми закладок, помещенных в красочный чехол. На каждой закладке — одно из стихотворений В.М. Санги, на обороте — уникальные фотографии сахалинской природы, иллюстрирующие поэтические произведения мастера. Закладки широко распространялись на мероприятиях проекта, а также в школах Сахалинской области.

В рамках коммуникационной стратегии также:

- Подготовлен видеоролик. Созданный по произведениям Владимира Санги красочный мультипликационный видеоролик демонстрировался по сахалинскому ТВ, а также был доступен на сайтах компании, Правительства Сахалинской области, партнеров и т.д.
- Проводились медиабрифинги для сахалинских СМИ:
 - по результатам конкурса для детей и подростков «Сказки нивхской земли»;
 - посвященный находке в запасниках Охинского музея картины «Сцена из жизни нивхов» Григория Брускина — художника с мировым именем;
 - посвященный открытию выставок «Сказки нивхской земли» и «Мир нивхов».
- Был разработан электронный баннер, который размещался на сайтах партнеров, Ассоциации коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока РФ, «Плана содействия развитию коренных малочисленных народов Севера Сахалинской области», информационных лент.
- Использовались возможности наружной рекламы. Широкоформатные изображения (реклама на щитах (билборды), постеры в общественных

местах) стали дополнением телевидению и прессе и привлекали внимание как к юбилею нивхского писателя, так и к проектным мероприятиям (творческому конкурсу, выставкам).

- Создана специальная страница на сайте компании «Сахалин Энерджи», где своевременно размещалась вся информация о проекте, анонсы событий, информация о проведенных мероприятиях.

Партнеры

Правительство Сахалинской области, Министерство культуры и архивного дела Сахалинской области, Министерство образования Сахалинской области, Региональный совет уполномоченных представителей коренных малочисленных народов Севера Сахалинской области, Постоянное представительство Российской Федерации при ЮНЕСКО, Российская государственная библиотека, Ассоциация коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока РФ, Сахалинский областной художественный музей, эксперты конкурса для детей и подростков, посвященного творчеству В.М. Санги, разработчики программы мастер-классов, мастера ДПИ из числа КМНС.

Результаты проекта

- В течение 2015 г. в рамках проекта было проведено одиннадцать крупных мероприятий.
- 4 708 человек посетили выставки, которые были организованы в залах Сахалинского областного художественного музея в рамках проекта.* Срок работы выставки «Мир нивхов» был продлен на две недели по многочисленным просьбам.
- Разработаны программы трех оригинальных мастер-классов: «Художественная обработка рыбьей кожи», «Нивхские краски сахалинской земли» и «Орнамент в искусстве коренных народов Сахалина», которые продолжают проводиться Сахалинским областным художественным музеем в рамках различных мероприятий.
- Сформирован интерес одной из целевых аудиторий проекта — детей и подростков — к изучению нивхской культуры. 204 юных сахалинца в возрасте от 3 до 16 лет прислали свои творческие работы на конкурс, среди участников — дети различных национальностей, не только представители КМНС. По запросам от образовательных учреждений был организован цикл экскурсий по выставке, во время которых проходило знакомство с творчеством В. М. Санги, обычаями и обрядами нивхов, а также были организованы мастер-классы по созданию нивхских сувениров в различной технике.

* среднemesячная посещаемость музея — 2 800 человек

- Свидетельством искреннего отклика аудитории являются многочисленные благодарности и комментарии, оставленные в книге отзывов. Сам факт активности представителей различных целевых групп (возрастов, национальностей) в конкурсах и специальных ивентах свидетельствуют о высокой оценке организованных мероприятий.
- Проект получил широкий резонанс в СМИ: более 60 упоминаний.
- За счет прочной ассоциативной связи со всеми специальными мероприятиями, организованными в рамках проекта, привлечения ключевых заинтересованных сторон в лице представителей КМНС, регионального Правительства, а также экспертов, компании «Сахалин Энерджи» удалось подчеркнуть ориентированность в своей деятельности на партнерство, уважение к культурному разнообразию, продемонстрировать практический вклад в сохранение культуры и языков коренных народов Севера Сахалинской области.

Татьяна Ильина

Британский Совет

Проект «Сохранение и популяризация культурного и языкового наследия сахалинских нивхов» компании «Сахалин Энерджи» важен для местного сообщества, поскольку направлен на решение проблемы сохранения языка и культуры коренных малочисленных народов, а также освещает проблему на федеральном и международном уровне. Полученный опыт может быть систематизирован и адаптирован к использованию и на других территориях. В будущем будем ждать от компании новых интересных проектов и желаем самых больших успехов.

III МЕСТО



«ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА ГОРОДА»
«ФОСАГРО» (АО «АПАТИТ»)

Цели программы: создание интерактивного музея, который является источником знаний, чье пространство предназначено для активной, творческой жизни здесь и сейчас.

Сроки реализации: с 2006 года.

Бюджет: 2013 — 2015 г. — 100 млн рублей

Целевая аудитория: жители города Кировска Мурманской области, гости и туристы, посещающие город.

Описание программы

Музейно-выставочный центр в Кировске был создан, чтобы привлечь посетителей и гостей города ярким оригинальным дизайном, мультимедийными интерактивными экспонатами и при этом рассказать об истории города и компании, показать богатства недр земли Кольской.

Раньше в здании музейно-выставочного центра располагалось пожарное депо — первое каменное здание города. В 2006 году руководство АО «Апатит» решило облагородить пожарную каланчу и на башне появились городские часы. В 2009 году начались работы по реконструкции основного здания и сформирована экспозиция геологического музея.

В 2013 году был открыт Музейно-выставочный центр (МВЦ) АО «Апатит». Модель МВЦ расширяет рамки и функции традиционного музея. Его посетители могут ознакомиться с историей освоения Хибин, появлением промышленного предприятия по добыче и переработке руды — АО «Апатит». В восьми залах с постоянной экспозицией показана история развития предприятия «Апатит», макеты открытых, подземных горных работ и обогачительных фабрик. Макеты горных работ и обогащения обладают звуковыми эффектами и динамической подсветкой.

Представлены коллекции минералов Хибин, Кольского полуострова и всего мира, перенесенные из Горно-геологического музея и пополняемые с 1932 года. Также в выставочных залах проходят ежемесячно обновляемые художественные, фотовыставки и выставки декоративно-прикладного творчества, имеется галерея и конференц-зал.

На территории МВЦ происходят различные культурные события, музыкальные, художественные, театральные, спортивные и другие, которые превращают помещения в активную городскую среду, делают их доступными и привлекательными для горожан и гостей города. Потребность в подобном культурном центре на уровне города была достаточно высокая.

По результатам регионального опроса 2014 года «Мурманская область — мой дом, Россия — моя родина!», лидером в городе Кировске стало здание «Башни с часами».

Этапы проекта

На подготовительном этапе были проведены социальные опросы о необходимости создания культурного центра города, которые показали, что жителям интересно появление нового культурного центра. Были поставлены цели и задачи проекта, выдвинута гипотеза о том, что реставрация башни МВЦ и создание современной мультимедийной интерактивной экспозиции на ее базе будут способствовать развитию EQ и IQ посетителей, привлечению большего количества туристов в край, а также коллаборации различных сфер населения.

Идея — создание мультимедийной интерактивной экспозиции «Путешествие из недр Земли в атмосферу». Архитектура здания предъявляла свои требования к дизайну помещения. Дизайн экспозиции должен был не только отражать общую направленность музея, но и обыграть узкое помещение, возвышающееся на семь этажей. Поэтому был выбран вертикальный принцип зонирования пространства.

Хорошо вписался в конструкцию рассказ об известной на весь мир Кольской сверхглубокой скважине и о формировании Хибинского горного массива. Это было важно, поскольку МВЦ представляет большой интерес для туристов. Так была предложена концепция подъема из недр Земли к ее поверхности.

Основной этап реализации проекта занял наибольшее количество времени. Были выполнены строительные работы по реконструкции внутреннего облика башни, произведено зонирование пространства. После чего тематические комнаты и лестничные пролеты были оснащены мультимедийными интерактивными технологиями, аэрографией на стенах и инфографикой.

В конце 2015 года в помещении пожарной каланчи была открыта мультимедийная интерактивная экспозиция с геологической направленностью — «Путешествие из недр Земли в атмосферу». Некоторые экспонаты сделаны на заказ специально для кировского Музейно-выставочного центра. Например, «лифт», опускающий в недра Кольской сверхглубокой скважины. Чтобы побывать на глубине более 12 тыс. метров, достаточно всего лишь нажать кнопку. Эффект погружения создают специальная виброплатформа и мультимедийные проекции на стенах. Ещё один экспонат — стол, покрытый слоем воды. Инфракрасные датчики отображают информацию о реках и озёрах Хибин прямо на водной глади. Оснащение музея позволяет изучить не только гидро-, но и литосферу. Причём в буквальном смысле вдоль и поперёк. С помощью специального устройства — тектонического манипулятора — можно сдвигать и сталкивать литосферные плиты, а углубиться в толщу горных пород поможет симулятор подземного бурения.

В результате полной реконструкции здания и оснащения это место действительно стало культурным центром и визитной карточкой города.

Сотрудничество

В рамках реализации проекта Музейно-выставочный центр сотрудничал с некоммерческими организациями:

- учебными заведениями города и области (проводятся уроки географии, биологии в сотрудничестве с музейными работниками на территории новой экспозиции);
- Кольским научным центром Российской академии наук (проводилось консультирование по научным аспектам);
- Центром Детского творчества (организация внешкольных мероприятий, различных секций геологической направленности).

Оценка

Поскольку проект создания мультимедийной интерактивной экспозиции «Путешествие из недр Земли в атмосферу» носит социальный характер и услуги предоставляются бесплатно, то оценить результаты и эффективность проекта можно не по получаемой прибыли и окупаемости, а по количеству посетителей. Это можно сделать, сравнив показатели количества посетителей до открытия новой экспозиции и после открытия. Количество гостей центра увеличилось практически вдвое. Этот факт свидетельствует о том, что Музейно-выставочный центр действительно стал новым социально значимым культурным объектом города. Здесь собираются разные возрастные категории и слои общества для повышения эмоциональных и интеллектуальных качеств личности. Результатом внедрения данного проекта стал ощутимый социальный резонанс — благодарность жителей в получении нового уникального места для получения знаний и развития личности, как следствие, увеличение роста посещаемости Музейно-выставочного центра в целом и новой экспозиции в частности.

Планируемое продолжение

Развитие проекта связано с введением интерактивных мультимедийных технологий в основные экспозиции музея.

Татьяна Ильина

Британский Совет

Проект «Визитная карточка города» акционерного общества «Апатит» имеет большой потенциал для дальнейшего развития и мы надеемся, что Музейно-выставочный центр АО «Апатит» станет настоящим центром местного сообщества, будет развиваться и станет площадкой для общения и обмена опытом как для жителей города, так и для профессионалов, работающих в регионе.



ЭКСОН НЕФТЕГАЗ ЛИМИТЕД
Оператор проекта «Сахалин-1»

III МЕСТО

«ВОЗРОЖДЕНИЕ НИВХСКОГО ЯЗЫКА»
«ЭКСОН НЕФТЕГАЗ ЛИМИТЕД»,
ОПЕРАТОР ПРОЕКТА «САХАЛИН-1»

Цели программы: восстановления нивхского языка как языка повседневной коммуникации, активно используемого в нивхском сообществе наряду с русским языком.

Сроки реализации: с 2015 года

Бюджет: 450 000 рублей

Целевая аудитория: представители нивхского сообщества Сахалинской области.

Описание программы

Язык является важнейшей составляющей культурного наследия и этнического самосознания любого народа. Поскольку каждая этническая группа представляет собой определенное языковое сообщество, утрата языка неизбежно ведет к потере ее этнокультурной самобытности и в конечном итоге — к исчезновению этноса. Вместе с языком утрачиваются уникальные для каждой языковой группы представления об устройстве мира и локальной среде, культурные традиции и социальные нормы.

Сегодня проблема утраты языков приобрела по-настоящему глобальный характер. В современном мире насчитывается более 7000 языков, большая часть из которых находится под угрозой исчезновения. К таким языкам относятся в первую очередь и языки коренных малочисленных народов севера Сибири и Дальнего Востока РФ (КМНС).

Как показывают результаты социологических исследований, большая часть нивхского сообщества серьезно обеспокоена судьбой нивхского языка, который является важнейшей составляющей нивхского культурного наследия и этнического самосознания. По данным последней Всероссийской переписи населения, проведенной в 2010 г., общее число носителей нивхского языка составляет не более 198 человек, из которых 118 живет в Сахалинской области. С каждым годом количество говорящих на нивхском языке неуклонно сокращается. Язык почти не используется для речевой коммуникации и не передается молодому поколению. Несмотря на то, что в Сахалинской области нивхский язык вот уже почти 35 лет преподается в школах в с. Некрасовка и п. Ноглики, регулярно выходит национальная газета «Нивх диф» и издается художественная литература на нивхском языке, среднее и молодое поколение нивхов им практически не владеет.

Проект «Возрождение нивхского языка» был инициирован Региональным советом уполномоченных представителей коренных малочисленных народов Севера Сахалинской области (далее Региональный совет) и подан на рассмотрение Консультативного комитета, действующего в рамках Соглашения о Сотрудничестве между Правительством Сахалинской области, Региональным советом и компанией «Эксон Нефтегаз Лимитед». Все три стороны участвовали в обсуждении данного проекта и единогласно рекомендовали его к финансированию.

Задачи программы

1. Организация методологических семинаров по теме «Возрождение нивхского языка: проблемы и решения» для всех партнеров и участников проекта, а также заинтересованных представителей нивхского сообщества с привлечением российских и международных экспертов для ознакомления с практикой и результатами аналогичных проектов в России и за рубежом и для выработки наиболее эффективных методов осуществления данного проекта.
2. Организация летнего языкового лагеря с участием представителей различных поколений нивхов, в котором общение будет проходить по возможности только на нивхском языке.
3. Образование «языковых пар» по методу «Мастер-Ученик», которые, встречаясь дважды в неделю и занимаясь традиционным для нивхской культуры видами деятельности, будут использовать в общении только нивхский язык.
4. Создание «языковых гнезд», а именно групп в детских садах, функционирующих на нивхском языке. Метод «языковое гнездо» предполагает полное языковое погружение в раннем возрасте.
5. Организация непрерывного преподавания нивхского языка как второго унаследованного языка для всех заинтересованных представителей нивхского или любого другого сахалинского сообщества.
6. Подготовка новых учебных пособий и создание интернет-ресурса по нивхскому языку и культуре.

Этапы

2015 — первый этап проекта (подготовительная стадия и начало работы):

- Создание местной команды и выбор координаторов проекта.
- Ознакомление с результатами аналогичного проекта, проводимого в настоящее время на полуострове Таймыр.
- Отбор участников программы «Мастер-Ученик». Начало работы программы «Мастер-Ученик» (32 встречи в течение 16 недель).

- Организация языковых курсов для взрослых. Начало/продолжение работы языковых курсов для взрослых.
- Разработка плана по подготовке новых/дополнительных учебных материалов. Начало работы над учебными материалами.
- Начало работы над созданием интернет-ресурса по нивхскому языку и культуре.
- Организация первого методологического семинара с привлечением международных экспертов.

2016 — второй этап проекта:

- Продолжение работы программы «Мастер-Ученик» (48 встреч в течение 24 недель). Предварительная оценка результатов программы «Мастер-Ученик».
- Подготовка к открытию языкового гнезда в детских садах в с. Некрасовка и п. Ноглики: интервью с родителями, распространение информации о языковом гнезде, переговоры с местной администрацией. Начало работы языковых гнезд в детских садах с. Некрасовка и п. Ноглики.
- Продолжение работы языковых курсов для взрослых.
- Организация и проведение второго методологического семинара.
- Организация летнего языкового лагеря.
- Продолжение работы над учебными материалами. Продолжение работы по созданию Интернет-ресурса по нивхскому языку и культуре.

2017 — третий этап проекта:

- Продолжение работы языковых гнезд в с. Некрасовка и п. Ноглики. Оценка результатов работы языковых гнезд.
- Продолжение работы языковых курсов для взрослых.
- Завершение работы над учебными материалами.
- Завершение работы по созданию Интернет-ресурса по нивхскому языку и культуре.

Сотрудничество

Проект осуществляется в сотрудничестве с:

- Управлением коренных малочисленных народов Севера аппарата Губернатора и Правительства Сахалинской области (далее Управление), с администрациями муниципальных округов Охинского и Ногликского районов Сахалинской области. Управление и представители муниципальных администраций оказывают поддержку в реализации проекта и непосредственно участвуют в мероприятиях данной программы;
- Региональным советом уполномоченных представителей КМНС Сахалинской области, который выступает инициатором и оператором проекта.

- Охинской местной общественной организацией «Центр по сохранению и развитию традиционной культуры КМНС «Кыхкых» («Лебедь»), которая является одним из исполнителей проекта. На базе Центра организовано непрерывное преподавание нивхского языка для всех заинтересованных представителей нивхского и любого другого сахалинского сообщества.
- Школой-интернатом с. Некрасовка. На базе школы был проведен методологический семинар, организован летний языковой лагерь и другие мероприятия в рамках данной программы.
- Институтом лингвистических исследований Российской академии наук (Санкт-Петербург) и Хельсинским университетом (Финляндия). Специалисты по нивхскому языку и по проблемам исчезающих языков данных образовательных учреждений принимают непосредственное участие в реализации всей программы. Они являются авторами данной программы возрождения нивхского языка, в основе которой лежат методы, ранее апробированные на других исчезающих языках, таких как язык маори в Новой Зеландии, саамские языки в Финляндии, Швеции и Норвегии, гавайский язык на Гавайских островах. Успешная ревитализация этих языков и мировой опыт в целом показывают, что работа по возрождению этнических языков может послужить толчком для решения многих проблем, которые не имеют прямого отношения к языку. Представители Института лингвистических исследований РАН и Хельсинского университета приезжают на Сахалин с целью запуска проекта, организации всех запланированных мероприятий, мониторинга и оценки результатов всей работы проекта.

В ходе реализации проекта идет постоянное информирование местных властей, местного сообщества о ходе реализации данной программы. Представители местных администраций приглашаются и принимают непосредственное участие в мероприятиях. Проект хорошо освещается местными СМИ.

Этот проект был рекомендован на заседании Консультативного комитета на получение гранта от компании «Эксон Нефтегаз Лимитед». Помимо этого проект предполагает вовлечение многих сторон, таких как общественные организации, образовательные учреждения, местные власти, Правительство Сахалинской области, добровольцы, а также сотрудники компании.

В целом реализация проекта основывается на волонтерском подходе, заинтересованности, мотивации, упорстве и энтузиазме самого нивхского языкового сообщества. В результате первого этапа программы было создано 16 языковых пар для работы по методу «мастер-ученик». «Языковые мастера» — это компетентные носители языка старшего поколения, которые были приглашены для обучения более молодого поколения. Все они проявили готовность работать в проекте на добровольной основе. В настоящее время количество

волонтеров и желающих поработать в качестве «языковых мастеров» и примкнуть к проекту увеличилось, расширилась география проекта.

Результаты и оценка

В июне 2015 года в рамках проекта был проведен методологический семинар, в котором приняли участие представители нивхских сообществ из с. Чир-Унвд, п. Ноглики, г. Охи и с. Некрасовка. После семинара в этих населенных пунктах были образовано 16 учебных пар и группы, состоящие из старших компетентных носителей языка («языковых мастеров») и представителей более молодого поколения («учеников»), которые владеют языком недостаточно свободно, пассивно или совсем не владеют языком. По завершении первого этапа мониторинговая группа подвела первые итоги работы проекта по возрождению нивхского языка и провела оценку перспектив его дальнейшего развития.

На основе информации, полученной во время июньского семинара, учебные группы разработали собственную методику занятий, распределив между собой различные разговорные темы. Во всех населенных пунктах ученики разного возраста продемонстрировали явный прогресс в изучении нивхского языка. Суммируя результаты, достигнутые в этой части проекта, можно отметить, что большинство участников программы занималось нивхским языком активнее, чем раньше, и, таким образом, сделало шаг вперед на пути сохранения языка.

Начало активной деятельности по сохранению нивхского языка привело к тому, что интерес к проекту возник и в других местах проживания нивхов. Представители нивхского сообщества, проживающие в Южно-Сахалинске и Поронайске, с интересом ознакомились с текущей работой по возрождению нивхского языка и решили присоединиться к проекту, организовав занятия по методу «мастер-ученик».

На методологическом семинаре 2015 г. было также решено начать подготовку к созданию нивхских «языковых гнезд», а именно групп в детских садах, функционирующих на нивхском языке. Было послано обращение губернатору Сахалинской области с просьбой о выделении дополнительного финансирования для введения ставок тьюторов по нивхскому языку и культуре в детских садах в п. Ноглики, с. Некрасовка и с. Чир-Унвд. В рамках данной части проекта было проведено несколько встреч с директором детского сада «Березка» п. Ноглики и директором школы-интерната с. Некрасовка. Организаторы проекта будут продолжать подготовительную работу по созданию «языковых гнезд» в ближайшем будущем.

По ходу реализации проекта результаты каждого этапа оцениваются как исполнителями проекта, так и сотрудниками компании «Эксон Нефтегаз Лимитед»:

- Исполнители проекта предоставляют финансовый и аналитический и отчеты по завершению каждого этапа проекта, в которых они дают описание и анализ полученных результатов.
- Сотрудники компании «Эксон Нефтегаз Лимитед» также большое внимание уделяют внутреннему анализу эффективности финансируемых проектов. Данный проект прошел предварительную оценку сотрудниками компании до начала реализации. По окончании каждого этапа результаты оцениваются методом индикаторного анализа.
- Также в компании «Эксон Нефтегаз Лимитед» действует система внутреннего аудита и оценивания эффективности проектов с привлечением внешних независимых экспертов.

Продолжение программы

Полная программа по возрождению нивхского языка рассчитана на три года (2015-2017). Осенью 2016 г. предполагается создание первых групп в детских садах в с. Некрасовка и п. Ноглики, в которой воспитатели и помощники воспитателей будут говорить с детьми только на нивхском языке («языковое гнездо»). Таким образом, детям будет предоставлена возможность одновременно осваивать как нивхский язык (в детском саду), так и русский язык (за пределами детского сада). При этом русский язык будет оставаться основным языком межэтнической коммуникации. Воспитателями или помощниками воспитателей могут работать как компетентные носители нивхского языка старшего поколения, так и носители языка, подготовленные по программе «мастер-ученик». Уровень языковой компетенции будет повышаться у детей в течение всего периода обучения в детском саду, после чего дети продолжают изучение языка в школе как отдельного предмета. Основным языком школьного и профессионального образования будет оставаться русский язык.

Татьяна Ильина
Британский Совет

Проект «Возрождение нивхского языка» компании «Эксон Нефтегаз Лимитед» ставит перед собой важные задачи по сохранению языка одного из коренных малочисленных народов. Участие волонтеров в реализации данного проекта, а также поиск путей для их дальнейшей мотивации привносит в проект дополнительный социальный аспект. Мы надеемся, что задачи, поставленные инициаторами проекта, будут достигнуты и мы с нетерпением будем ждать результатов проекта в следующем году. Особенно будет интересно посмотреть на результаты разработки методических материалов и учебных пособий, а также на количественные показатели по вовлеченной в проект аудитории и их успехи в изучении нивхского языка.



НОМИНАЦИЯ

«ЛУЧШАЯ ПРОГРАММА (ПРОЕКТ), РЕАЛИЗОВАННАЯ В ПАРТНЕРСТВЕ С ДРУГИМ БИЗНЕСОМ»

Партнер номинации: Форум Доноров

Какие проекты рассматриваются: Благотворительные программы (проекты), инициированные одной или несколькими компаниями, реализованные в партнёрстве с другим бизнесом.

Приоритет: Четкая формулировка цели и задач, разработка программы с учетом интересов всех партнеров, наличие понятной стратегии, информационной политики и инструментария для оценки эффективности программы.

Ирина Вдовенко

руководитель программ Форума Доноров

Партнерство — понятие далеко не новое для сферы благотворительности. Давно стало практикой сотрудничество с органами государственной власти всех уровней, в последние годы НКО объединяются для создания массовых проектов, например ярмарок, забегов, совместных экологических акций, появляются и находят большой отклик кросс-секторальные кампании. Одновременно существует мнение, что партнерство бизнеса с бизнесом остается ощутимой, но все же пока лишь тенденцией.

Номинация Форума Доноров призвана продемонстрировать несправедливость этого утверждения, а также направлена на продвижение самой идеи такого партнерства. При этом мы признаем всю его сложность — нащупать общую ценность, объединиться для достижения, опять же, общей цели, подстроить задачи двух (и более) бизнесов, пройти длительные процессы согласования, слить ресурсы и выстроить процессы внешней коммуникации таким образом, чтобы все остались в выигрыше.

Пожалуй, именно на счет этих непростых, подчас требующих ювелирной точности шагов, можно отнести тот факт, что большинству поданных заявок этого года не хватило именно бизнес-партнерства, очевидного, прописанного и измеримого. Одна из поданных заявок описывает дисперсное партнерство с большим количеством бизнес-компаний, цель которого — привлечь ресурсы на уже существующий проект без создания уникального партнерского продукта. Еще два интересных и определенно заслуживающих внимания проекта описывают партнерство бизнеса и НКО, что не соответствует критериям номинации.

И все же, победители определены, а значит, «win-win» состоялся. Героями этого года стали два совершенно разных проекта. Первый — фундаментальный, основательный, когда бизнес принципиально договорился друг с другом о долгосрочном сотрудничестве, а сильное и одновременно изящное со всех точек зрения решение, лежало, казалось, на поверхности. Нельзя не отметить важность возможности тиражирования технологии как действующими партнерами (в частности, расширение географии), так и другими бизнесами.

Второй проект — скорее сотворческий, что определило и найденные в его рамках нестандартные решения. Однако в нем интересен еще один момент — проект родился из цели объединить усилия компаний, работающих на одной территории, вовлекая бизнес-партнеров в волонтерские и благотворительные программы. Важно, что эта цель, хотя на эмоциональном уровне это, кажется, даже больше соответствует миссии, зафиксирована в документах, регламентирующих благотворительную деятельность компании.

Для нас не просто желаемо, но даже очевидно, что тема партнёрства будет развиваться, причем темпы этого развития могут расти в ответ на внешние вызовы. И высока вероятность, что из области тенденций и прогнозов такая совместная работа прочно войдет в российскую филантропическую реальность. Для этого существуют известные предпосылки, зарубежный опыт, формируется банк идей и наша номинация. Мы ждем новых вдохновляющих заявок и интересных коллабораций в следующем году!

І МЕСТО



Цели программы: оказать принимающим семьям помощь и поддержку в заботе о детском здоровье посредством оказания квалифицированных медицинских услуг по системе добровольного медицинского страхования (ДМС)

Сроки реализации: с 2015 года

Бюджет: 1,8 млн рублей

Целевая аудитория: замещающие семьи

Описание программы:

В число благополучателей Благотворительного фонда «Катрен» входят семьи, принявшие на воспитание детей из детских домов. Развитие семейных форм устройства детей, лишенных опеки биологических родителей, имеет высокий приоритет в нашей стране и получает поддержку государства и местных органов власти. При этом здоровье детей из учреждений требует внимания со стороны уже приемных родителей — ребенок приходит в семью с «багажом», не обязательно проблем, но все же требующих решения задач. Ответом на это стала учрежденная фондом при сотрудничестве с государственными органами опеки и попечительства программа помощи «Здоровая семья».

Задачи

- Привлечь к сотрудничеству в сфере корпоративной благотворительности новых партнеров (бизнес-структуры).
- Привлечь к сотрудничеству территориальные отделы опеки и попечительства, центры социальной помощи семье и детям (госструктуры), тем самым устанавливая новые связи и укрепляя ранее имеющиеся.
- Охватить максимальное количество усыновителей, опекунов и приемные семьи

Этапы программы

Подготовительный

В июне-июле 2015 года были проведены переговоры с региональными органами опеки и попечительства (ООП) об актуальности программы для замещающих семей, которые положительно оценили цели и задачи программы «Здоровая семья». Фонд принял решение о старте программы летом 2015 года и выбрал 5 регионов (Новосибирск, Самара, Томск, Барнаул, Новокузнецк), в которых, во-первых, имелись необходимые технические условия,

а во-вторых, семьи особенно остро испытывали потребность в оказании квалифицированных медицинских услуг для детей и ранее заявляли об этом.

Вторым шагом подготовительного этапа стал поиск компании-партнера, которая помогла бы обеспечить качество медицинских услуг для детей в пяти городах реализации программы. Выбор был сделан в пользу компании «СОГАЗ», которая уже страхует сотрудников компании «Катрен». Неоспоримым преимуществом в пользу выбора партнера в запуске новой программы явилось и то, что компания «СОГАЗ» имеет филиалы в более 30 городах страны, работает в каждом городе с более чем 50 медицинскими учреждениями, а также имеет опыт работы на рынке страхования с 1993 года.

Принимая во внимание разные формы семейного устройства детей, были определены номиналы страховых полисов. Так, усыновители получали полисы на ребенка в размере 20 000 рублей, опекуны — 15 000 рублей, принимающие семьи — 10 000 рублей. При установлении номиналов различной стоимости в компании руководствовались тем, что усыновление является приоритетной формой семейного устройства ребенка. После того, как суд выносит решение об усыновлении, ребенок лишается статуса сироты, и отныне ответственность по содержанию и воспитанию ребенка ложится на плечи родителей. Для усыновителей не предполагаются ежемесячные выплаты, они не имеют никаких льгот и приравниваются к обычным семьям (исключения могут быть в нескольких регионах страны, где усыновители получают поддержку от региональной власти). Опекуны и приемные семьи получают некоторые выплаты на федеральном уровне.

В августе 2015 года представители фонда совместно с ООП определили 113 семей, которым крайне необходимы страховые полисы ДМС. Списки детей были переданы в компанию «СОГАЗ» для заключения договора о сотрудничестве.

Запуск

Программа «Здоровая семья» стартовала в России 1 октября 2015 года. Были организованы торжественные встречи, на которых вручались полисы непосредственно от благотворителей (благотворительный фонд «Катрен») благополучателям, участвовали представители органов власти (ООП и главы департаментов защиты детства), сотрудники компании «СОГАЗ».

На встречах представители сторон рассказали, как работает программа, какие услуги по лечению и профилактике здоровья будут предоставляться детям и многое другое. Также были вручены памятки с контактами сотрудников страховой компании «СОГАЗ», по которым каждый из родителей

в дальнейшем может обратиться в случае возникновения сложностей при получении медицинской помощи ребенку. Стоит отметить, что программа включает не только оказание медицинских услуг, но и санаторно-курортное лечение. То есть дети могут отдыхать по полисам ДМС в зимних и летних оздоровительных лагерях, санаториях.

Работа программы

За три месяца (октябрь-ноябрь-декабрь) 2015 года помощь по программе «Здоровая семья» была оказана на сумму 842 010 рублей. Так как полис имеет срок действия 1 год, то не использованные в 2015 полисы семьи используют в 2016 году.

Развитие программы

По окончании договора сотрудничества с компанией «СОГАЗ», действующего в течение года, КБФ «Катрен» планирует заключить новый договор о реализации программы с подключением новых городов и новых благополучателей.

Екатерина Светличная

«Вольное Дело»

Программу Фонда «Катрен» «Здоровая семья» отличает инновационный подход к решению проблем приемных семей. Предлагаемая форма помощи — очень нужная, востребованная и сама по себе малодоступная для целевой аудитории программы, а поэтому очень ценна. Помимо этого нельзя не отметить шаги фонда по выстраиванию конструктивного взаимодействия со всеми стейкхолдерами программы, что превращает ее в по-настоящему партнерскую.



II МЕСТО

ПРОГРАММА ВОВЛЕЧЕНИЯ В БЛАГОТВОРИТЕЛЬНУЮ
И ДОБРОВОЛЬЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БИЗНЕС-ПАРТНЕРА
АО «ОМК»- ПАО АКБ «МЕТАЛЛИНВЕСТБАНК»,
АО «ОБЪЕДИНЕННАЯ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ»

Цели программы: вовлечение сотрудников предприятий, входящих в группу ОМК, а также сотрудников и клиентов Металлинвестбанка в благотворительные проекты и добровольчество; выстраивание социального партнерства между бизнес-компаниями, ведущими свою деятельность на общих территориях присутствия.

Сроки реализации: с 2015 года

Бюджет: 1,2 млн рублей

Целевая аудитория: сотрудники ОМК, сотрудники ПАО АКБ «Металлинвестбанк», жители территорий присутствия ОМК и «Металлинвестбанка», клиенты банка (держатели благотворительной карты «ОМК-Участие»).

Описание программы

В 2015 г. были утверждены политика управления внешними социальными программами АО ОМК, стратегия развития спонсорской и благотворительной деятельности на 2015-2016 гг., согласно которым компания стремится вовлекать своих бизнес-партнеров в волонтерские и благотворительные программы (проекты).

Ключевым партнером был выбран ПАО АКБ «Металлинвестбанк», клиентами которого являются крупные металлургические предприятия и предприятия смежных отраслей, в том числе АО ОМК. Более того, в 2012 году 100% пакет акций банка был приобретен ЗАО «ОМК-Сервис» (генеральный директор — Анатолий Седых), поэтому решение по поводу развития совместных программ по благотворительности и корпоративному волонтерству исходило от членов правления.

Немаловажно, что ОМК и банк работают в моногородах (Выкса, Чусовой), где большая часть населения — это сотрудники компаний и члены их семей, а также в Москве. И это способствовало распространению программы по корпоративному добровольчеству среди сотрудников и клиентов банка, тем самым увеличивая нематериальный вклад (время сотрудников, навыки) в благотворительные программы компании.

Кроме того, связующим звеном, реципиентом благотворительной помощи и добровольческих инициатив стал Благотворительный фонд поддержки семьи, защиты детства, материнства и отцовства «ОМК-Участие», оказывающий адресную помощь нуждающимся или попавшим в беду детям в регионах присутствия компании.

Таким образом, было выстроено партнерство между двумя бизнес-компаниями и НКО.

Партнеры программы

Бизнес-партнеры: АО ОМК, ПАО АКБ «Металлинвестбанк», организатор благотворительной ярмарки «Душевный Bazar» — тренинговая компания Development Group,

НКО: Благотворительный фонд «ОМК-Участие», НКО-участники благотворительной ярмарки «Душевный Bazar»

Физические лица: сотрудники ОМК и Металлинвестбанка, клиенты «Металлинвестбанка», благополучатели БФ «ОМК-Участие».

Реализация программы

Благотворительное направление программы:

1. Проведение совместных фандрайзинговых акций среди сотрудников ОМК, «Металлинвестбанка» в пользу подопечных БФ «ОМК-Участие» в Выксе, Чусовом, Москве. Инициатором и координатором этих акций выступает БФ «ОМК-Участие».

- С любовью в сердце» — акция по сбору денег на нужды детей, попавших в трудные жизненные обстоятельства, в регионах присутствия компании. Сбор поделок и выпечки среди сотрудников банка и ОМК Москвы и Чусового;
- «Дети — детям» — акция, приуроченная ко «Дню защиты детей», праздничный концерт для социально-незащищенных детей, проводимый силами детской самодеятельности;
- «В школу вместе» — акция по сбору канцелярских товаров, школьной одежды и обуви для детей из малоимущих семей и оставшихся без попечения родителей в регионах присутствия компании;
- Новогодняя акция в цирке Юрия Никулина для детей с ограниченными возможностями из регионов присутствия компании, детей из онкоцентра им.Блохина;
- «Теплый Новый год» — акция по сбору теплых вещей для детей к Новому году, попавших в трудные жизненные обстоятельства в регионах присутствия компании;
- Акция «С миру по елке» ориентирована на детей, которые не смогут встретить Новый год дома. Команда волонтеров ОМК и «Металлинвестбанка» и дизайнеров собираются вместе, чтобы превратить детские онкологические отделения московских больниц в новогоднюю сказку. На протяжении двух недель в рамках проекта проходят мастер-классы и праздничные мероприятия для детей, находящихся на лечении в онкологических отделениях трех московских больниц;

НИИ ДОГ РОНЦ имени Н.Н.Блохина, онкологическом отделении Морозовской детской больницы и детском отделении Российского научного центра рентгенорадиологии.

В 2015 г. общее количество пожертвований от сотрудников ОМК и «Металлинвестбанка» на проекты «ОМК-Участие» составило 7 млн рублей.

Совместные благотворительные программы ОМК, «ОМК-Участия» и «Металлинвестбанка» начались в феврале 2015 г. Тогда ПАО АКБ «Металлинвестбанк» выпустил банковские карты VISA Classic совместно с Благотворительным фондом поддержки семьи, защиты детства, материнства и отцовства «ОМК-Участие». Оплачивая покупки или услуги картой VISA Classic «ОМК-Участие», клиенты поручают банку перевести 5 рублей со своего карточного счета на счет Фонда. Таким образом, каждый раз, когда клиент банка оплачивает товары или услуги благотворительной картой, он помогает Фонду «ОМК-Участие». ОМК и «ОМК-Участие» в свою очередь провели масштабную акцию продвижения благотворительной карты среди сотрудников компании (рассылки, постеры, баннеры, публикации в корпоративных СМИ), а «Металлинвестбанк» среди своих клиентов и работников банка.

Для продвижения банковской карты среди целевой аудитории у партнеров возникла идея совместного участия в благотворительной ярмарке «Душевный Bazar» в январе 2015 г. Был выбран совместный пакет «Душевный Партнер Базара». Формат — участие волонтеров ОМК в координировании зоны мастер-классов НКО-участников «Душевного Bazaar'a», и продвижение «Металлинвестбанком» благотворительной банковской карты «ОМК-Участие» в зоне мастер-классов.

На ярмарке прошло более 200 творческих мастер-классов при поддержке 40 волонтеров ОМК и студентов Московского института стали и сплавов, сотрудников банка. Также «Металлинвестбанк» провел свою акцию: каждый гость ярмарки смог заказать индивидуальный дизайн благотворительной банковской карты с рисунком своего ребенка, который он выполнил на мастер-классе. С каждой транзакции по этой карте в благотворительный фонд «ОМК-участие» будет переводиться 5 рублей. В результате было оформлено 32 благотворительной карты «ОМК-Участие».

Кроме того, совместное участие «Металлинвестбанка» и ОМК усилили эффект продвижения идей благотворительности, формата благотворительной помощи: от волонтерского участия до CRM продукта (благотворительной карты). На «Душевный Bazar» пришли сотрудники банка и ОМК с детьми, родственниками, друзьями, а также знаменитости.

Добровольческое направление программы:

В июне 2015 года ОМК предложила «Металлинвестбанку» в Москве присоединиться к программе развития корпоративного волонтерства,

реализуемого в ОМК. Для этого было проведено анкетирование сотрудников московского офиса «Металлинвестбанка» (использовались анкета, тренинговые материалы ОМК), был проведен тренинг по корпоративному волонтерству силами сотрудников направления спонсорских и благотворительных проектов АО «ОМК». В результате опроса сотрудники «Металлинвестбанка» выбрали участие в донорском движении совместно с сотрудниками ОМК. В московском офисе ОМК совместно с «Металлинвестбанком» прошли две донорские акции. В общей сложности в них приняли участие более 100 человек, которые сдали более 50 литров крови.

Информация о проведенных совместных благотворительных и добровольческих акциях ОМК и Металлинвестбанка освещаются в корпоративных СМИ (портал, рассылки, газета «ОМК-Участие», журнал «ОМК-Команда»), сайтах банка и ОМК, внешних изданиях и интернет-ресурсах, социальных сетях.

Результаты программы

Количественные показатели:

- Совместные благотворительные акции ОМК и «Металлинвестбанк» в пользу «ОМК-Участие» — 7 акций;
- Оформленные благотворительные карты «ОМК-Участие» в 2015 г. во всех отделениях банка — 2078 шт., в рамках благотворительной ярмарки «Душевный Bazar» — 32 шт.
- Количество волонтеров (добровольцев) «Металлинвестбанка» и ОМК, принявших участие в донорских акциях в 2015 году — более 100 человек, 50 литров сданной крови;
- Денежные пожертвования сотрудниками ОМК и «Металлинвестбанка» в пользу «ОМК-Участие» в 2015 году — 7 млн рублей.
- Публикации о совместных благотворительных и добровольческих проектах ОМК и «Металлинвестбанка» — более 100.

Качественные показатели:

Партнерские проекты ОМК и «Металлинвестбанка» способствуют формированию культуры в области благотворительности, добровольчества, коммуникаций, стимулируют социальную ответственность их сотрудников.

Полученные уроки и выводы

Программа вовлечения бизнес-партнеров в благотворительные и волонтерские программы компании возможна в том случае, если выгодна обеим сторонам. Компании могут объединяться на почве развития корпоративного волонтерства, донорства, тем самым развивая нематериальный вклад своих сотрудников в благотворительность, а также апробируя новые формы

фандрайзинга или выходя на новую целевую аудиторию. Например, фандрайзинговые акции среди сотрудников банка и ОМК (staff fundraising), продвижение благотворительной карты «ОМК-Участие», как формат cause related marketing (CRM), выход на клиентов банка/жителей моногородов/людей, вовлеченных в благотворительность (посетители «Душевного Bazar'a»).

В итоге, две компании объединяются и становятся партнерами НКО, укрепляя ее финансовую устойчивость.

Также немаловажно, что компаниям проще объединиться в благотворительной деятельности, если они находятся в разных секторах (металлургия/банковское дело и т.д.).

Планируемое продолжение

Партнерство ОМК и Металлинвестбанка было признано успешным и принято решение о его продолжении в 2016 году. А именно:

- совместные благотворительные акции ОМК и Металлинвестбанка в пользу ОМК-Участие;
- продвижение благотворительной карты «ОМК-Участие» среди клиентов банка, сотрудников ОМК, Металлинвеста;
- совместное участие в благотворительной ярмарке «Душевный Bazar-2016»;
- вовлечение ТОП-менеджеров компаний в донорские акции;
- В 2016 г. «Металлинвестбанком» принято решение войти в экспертный совет конкурса благотворительных и социальных проектов «ОМК-Партнерство» в Выксе и Чусовом. Банк будет софинансировать проекты в Чусовом и Выксе по 100 тыс. руб. каждый проект.

Ирина Вдовенко

Форум Доноров

В программе налицо умелое соединение творческого, маркетингового и бизнес-подходов. Во-первых, эффективно используются современные маркетинговые каналы коммуникации, где во главе угла стоит клиент. Компании предлагают простую и ненавязчивую опцию, приносящую двойное удовольствие — от покупки и маленькой благотворительной акции. Во-вторых, партнёрство бизнесов охватывает также и человеческий капитал — сотрудники компаний активно влились в волонтерское направление программы. Наконец, программа расширила свои границы для некрупных НКО и инициативных групп, в данном случае — участников благотворительной ярмарки «Душевный Bazar», а это свыше 70 благотворительных организаций.



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»

О том, что необходимо прилагать специальные усилия по продвижению идей благотворительности в обществе, говорят все. На это направлена деятельность большинства некоммерческих организаций, на это обращают внимание представители государства, этому посвящают различные форумы и образовательные проекты. К сожалению, даже всех этих усилий вместе не хватает, и большое число граждан пока плохо понимает смысл и цели благотворительной деятельности, не всегда может найти свое собственное место в этом процессе. Тем более важно, чтобы все участники благотворительности включали в свою работу элементы просвещения и обучения филантропии более широкого круга лиц, чем их непосредственные благополучатели или партнеры.

Именно поэтому «Благосфера» — центр, задача которого состоит в вовлечении горожан в благотворительность и социальную активность, — предложила создать новую номинацию в конкурсе «Лидеры корпоративной благотворительности». Ведь сегодня бизнес не только является источником финансовых ресурсов для развития социальной сферы, он становится создателем правил и форматов работы, определяет направления и подходы к реализации благотворительных проектов,

и часто не удовлетворяется вовлечением в свою волонтерскую деятельность только сотрудников, а расширяет охват программ на более широкий круг партнеров, коллег и просто жителей регионов присутствия.

Мы хотим с помощью данной номинации показать, как именно наши ведущие компании увеличивают число участников благотворительной деятельности, какими методами они пользуются и как информируют об этом граждан.

О том, что компании ставят перед собой цель вовлекать граждан в благотворительность, говорит и количество заявок, поданных на нашу номинацию в этом году. Мы получили девять очень интересных проектов, каждый из которых так или иначе направлен на информирование граждан о том, что и почему компания делает в социальной сфере. Большинство участников указало, что включает граждан в свои благотворительные инициативы, предоставляя возможность сделать с их помощью пожертвование (Qiwi или Mail.ru) или подарок социально незащищенному ребенку («Детский мир»), помогая продвинуть НКО-партнеров (ЮниКредит и МТС), организуя образовательные проекты в отдельных сферах деятельности (Эксон и «Делойт»), обучая граждан основам социального предпринимательства и проектирования (Норникель). Однако программ, в чистом виде направленных на просвещение или продвижение идей благотворительности, в этом году на конкурс представлено не было. Вовлечение широкой целевой аудитории в благотворительные, волонтерские или социальные проекты оказывается производной от основного направления благотворительной деятельности компании. Уверены, что мы увидим их в будущем году.



НОРНИКЕЛЬ

II МЕСТО

**БЛАГОТВОРИТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
«МИР НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ»
ПАО «ГОРНО-МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ
«НОРИЛЬСКИЙ НИКЕЛЬ»**

Цели программы: создание благоприятных условий и возможностей для устойчивого развития регионов присутствия.

Задачи программы: развивать социальные компетенции представителей местного сообщества, демонстрировать и внедрять новые социальные технологии, поддерживать и стимулировать общественные инициативы, создавать условия для развития межсекторного партнерства.

Сроки реализации: с 2014 года.

Бюджет: около 200 млн рублей в год.

Целевая аудитория: сотрудники компании и члены их семей, а также местное сообщество в целом.

Описание программы

На протяжении многих лет компания «Норильский никель» вносит практический вклад в устойчивое развитие регионов: строит объекты социальной инфраструктуры, оказывает поддержку учреждениям образования и здравоохранения, культуры и спорта, формирует и совершенствует институты гражданского общества, возрождает духовные ценности и национальные традиции коренных малочисленных народов Севера.

Обновленная стратегия развития «Норильского никеля», принятая в 2013 году, ставит задачу укрепления взаимосвязи между экономическими и социальными аспектами этого развития. Это означает, что эффективность отдачи на капитал — единый подход как к производственным, так и к социальным проектам компании. Таким образом, новая стратегия компании в сфере благотворительной деятельности закрепляет переход от традиционных точечных пожертвований к практике социальных инвестиций, что заставило частично пересмотреть сложившиеся за десятилетия схемы и механизмы поддержки региона, искать и находить новые подходы и решения для устойчивого развития регионов.

В 2014 году компания «Норильский никель» объявила о старте Благотворительной программы «Мир новых возможностей». Это многогранная программа, где каждый инициативный представитель местного сообщества сможет найти в ней нишу для реализации собственных идей и проектов.

Программа состоит из трех больших блоков: «партнерство», «развитие», «инновации», — которые отражают основную суть программы.

Партнерство — это поддержка добровольческих инициатив активных представителей местного сообщества, передача участникам программы новых знаний и вклад в формирование экспертного сообщества в регионе. Основные мероприятия данного направления: Академия социального партнерства и развития, Конкурс социальных проектов, Форум социальных технологий, Социально-конструкторское бюро, ПикNik «Город — это мы».

Открытая Академия социального партнерства и развития представляет собой цикл обучающих семинаров, мастер-классов и тренингов по социальному проектированию, оценке и экспертизе проектов и программ, управлению проектами, социальному предпринимательству и т. д. Обучение в Академии добровольное и осуществляется на безвозмездной основе в течение года. Тренерами выступают известные эксперты по развитию гражданского общества.

Помимо обучающих мероприятий в городах присутствия компании, «Норильский никель» организует участие представителей НКО с целью обмена опытом в событиях российского масштаба: «Белые ночи фандрайзинга», конференция Форума Доноров, благотворительная ярмарка «Душевный базар», конференции Ассоциации новаторских городов и так далее.

Полученные в Академии знания участники применяют на практике, оформляя свои идеи в заявки на грантовый Конкурс социальных проектов или представляя на Инвестиционной сессии социальные бизнес-проекты, а также самостоятельно организуют текущие мероприятия в новом формате.

По сравнению с Конкурсом социальных проектов 2014 года, где направления поддержки были представлены в сфере социальной защиты, образования и культуры, экологии и спорта, в конкурсе 2015 года появились две новые номинации: «Полюс Роста», направленная на организационное развитие НКО в целях повышения качества предоставляемых услуг, и «NevПолюс», способствующая развитию инициативы и активной гражданской позиции детей и подростков.

Для экспертизы заявок, поступивших на Конкурс социальных проектов, компания привлекает региональных и российских экспертов, а также сотрудников компании. На семинарах по оценке и экспертизе проектов совместно с региональными экспертами была разработана Памятка эксперта, в которой даны ответы на основные вопросы, возникающие как у разработчиков проекта, так и у экспертов при оценке конкурсных заявок.

Форум социальных технологий становится не только площадкой для знакомства участников благотворительной программы «Мир новых возможностей». Прежде всего, это демонстрация и внедрение новых социальных технологий, обмен опытом с представителями НКО из других регионов, обсуждение перспектив развития регионов с участием местного сообщества.

Социально-конструкторское бюро — абсолютное «ноу-хау» компании в активизации местного сообщества. Это трехдневный обучающий курс, позволяющий участникам пройти весь цикл от «придумки» идеи до ее воплощения. Первый день — нетворкинг, где участники — «Творцы» — знакомятся, устанавливают

партнерские связи и заняты поиском идей для решения проблем сообщества. Во второй день «Упаковщики смыслов» учатся облачать идеи в готовые проекты. Как результат дня — детально проработанные 3-4 партнерские акции, готовые к реализации. На третий день «Конструкторы изменений» выходят в город и реализуют волонтерские акции и благотворительные мероприятия, которые становятся настоящими праздниками «со смыслом» для городов. Еще одним из результатов СКБ стало появление партнерских проектов при подаче заявок на Конкурс социальных проектов-2015, а также совместных мероприятий, которые реализуют участники программы.

Также компания выпустила в помощь участникам программы брошюру по социальному проектированию «Путешествие Капитана Гранта в Мир новых возможностей». Она выполнена в виде комикса и построена по принципу сторителлинга, где очень доступно, понятно и наглядно показан путь разработки проекта. Этот формат подходит и взрослым, и юным участникам конкурса.

Итоги направления «Партнерство» за 2015 год:

- Проведено 11 обучающих семинаров: по социальному проектированию, оценке и экспертизе проектов, креативному мышлению, сторителлингу и публичному выступлению, основам event-менеджмента для проведения локальных событий местного значения. Участниками стали более 635 человек.
- 1500 экземпляров — тираж брошюры «Путешествие Капитана Гранта в Мир новых возможностей». Брошюра раздавалась на презентациях Конкурса, семинарах и мероприятиях.
- На Конкурс социальных проектов поступило 400 заявок, победителями признаны 108 социальных инициатив, сумма грантовой поддержки составила 97,5 млн руб.
- Летом 2015 года 90 активистов Норильска, Мончегорска, Заполярного и Никеля стали участниками трех проектных сессий «Социально-конструкторское бюро» и реализовали 7 городских добровольческих и благотворительных акций.

Развитие — это вовлечение активных граждан, а также представителей малого и среднего бизнеса в решение социальных проблем регионов, используя бизнес-технологии. Компания организовала обучающий курс «Социальное предпринимательство», по итогам прохождения которого участники разрабатывают бизнес-планы и представляют их на Инвестиционной сессии. Во время обучения и выполнения домашних заданий участников сопровождают опытные наставники — действующие бизнесмены.

Итоги направления «Развитие» за 2015 год:

- 135 участников обучающего курса.
- проведено 10 сессий обучающего курса «Социальное предпринимательство».

- на Инвестиционную сессию было представлено 19 бизнес-планов.
- поддержано 7 проектов социальных предпринимателей на сумму 26,7 млн руб.

Инновации — создание условий для внедрения инновационных технологий, развития научно-технического потенциала и инженерной мысли. Это направление для школьников и студентов, а также для активных взрослых, интересующихся наукой и новейшими техническими достижениями. Ключевые мероприятия: Научно-технический марафон «АрктикPRO», Фестиваль научных открытий ARCTIC WAVE и постоянно работающие Лаборатории научно-технического творчества FabLab в Норильске и Мончегорске.

Если марафон и фестиваль — это погружение в мир науки, техники и творчества (решение технических задач на сообразительность и знание физических и химических явлений, лекции перспективных молодых ученых, тренинги и мастер-классы, познавательные экскурсии и научно-технические шоу), то фаблаб — место, где и дети, и взрослые воплощают в жизнь свои научно-технические идеи.

Ребят, участников марафона, компания привлекает в качестве волонтеров на фестиваль научных открытий. Педагоги, сопровождающие участников марафона и фестиваля, узнают об интерактивных методах обучения. А фаблабы становятся центрами общественной активности в городах.

В 2015 году в этом блоке появился новый проект «Школа городских компетенций», который нацелен на развитие социальных компетенций школьников как будущих горожан, который реализуется совместно с Комитетом гражданских инициатив Фонда Кудрина. Школьники познают азы финансовой грамотности и информационной безопасности, социального проектирования на семинарах, фестивале «Наш город», летней Полевой академии проектного менеджмента. Для педагогов организованы курсы повышения квалификации. Самые активные ребята вошли в состав волонтерского отряда.

Итоги направления «Инновации» за 2015 год:

- более 1000 ребят приняли участие в научно-техническом марафоне, 20 финалистов провели 7 интересных и познавательных дней в Зимней научно-технической школе «АрктикPRO»;
- более 8000 человек в возрасте от 0 до 86 лет стали активными участниками Фестиваля научных открытий «ARCTIC WAVE» в Норильске и Мончегорске;
- тренингами, семинарами и мероприятиями лабораторий научно-технического творчества охвачено более 2000 человек;
- участие в проекте «Школа городских компетенций» приняли более 1100 школьников и 150 педагогов;
- проведено 3 трехдневных проектных семинара для школьников и преподавателей, 3 четырехдневных городских образовательных фестиваля «Наш город».

- 20 ребят по итогам фестивалей «Наш город» приняли участие в работе Полевой академии проектного менеджмента и разработали 10 социальных проектов.
- сформирован волонтерский отряд, в который вошли 100 ребят, которые стали активными помощниками на всех мероприятиях, организованных компанией.

Все мероприятия благотворительной программы «Мир новых возможностей» имеют циклический характер. В течение года они переплетаются и обогащаются за счет друг друга.

Партнерство

Организация такой масштабной программы была бы невозможна без поддержки органов власти, некоммерческого сектора и средств массовой информации. Ведь главный принцип, которым руководствуется компания, это социальное партнерство. Как активный участник процесса социально-экономического развития территорий присутствия, «Норильский никель» постоянно взаимодействует с:

- Администрациями муниципальных образований и структурными подразделениями администраций МО г. Норильска и Таймырского Долгано-Ненецкого района, г. Мончегорска и Печенгского района по поддержке инициатив компании на региональном и муниципальном уровне, продвижение новых подходов к благотворительной деятельности компании;
- НКО — как участниками конкурсов и партнерами в организации мероприятий;
- Союзами промышленников и предпринимателей г. Норильска и Мурманской области и Фондом региональных социальных программ «Наше будущее» для продвижения идей социального предпринимательства;
- со средствами массовой информации (ВГТРК «Норильск», газета «Заполярный вестник», газета «Заполярная правда», медиакомпания «Северный город» (Норильск), интернет-издание «Кольский никель», телекомпания «ТВ-21» (Мурманская область) для продвижения новых подходов к благотворительной деятельности компании, а также освещения реализации социальных проектов благополучателей программы «Мир новых возможностей».

Результаты и оценка

Благотворительная программа «Мир новых возможностей» — «живой организм», она меняется в зависимости от условий регионов и потребностей его жителей, постепенно наращивает свои объемы. За два года с момента запуска программы она стала узнаваемой далеко за пределами регионов присутствия компании.

По итогам реализации мероприятий благотворительной программы проводится тщательная оценка подходов, механизмов, процедур и достигнутых результатов. В качестве инструментов оценки благотворительных программ в компании используются анкетирование, фокус-группы, мониторинг, наблюдение, анализ содержательных и финансовых отчетов.

Управление благотворительных программ Заполярного филиала и Управление региональных проектов АО «Кольская ГМК» ежемесячно осуществляют мониторинг реализации проектов победителей Конкурса социальных проектов. Также победители конкурса предоставляют промежуточные и итоговые содержательные и финансовые отчеты, на основании которых формируется аналитический отчет об итогах реализации конкурса. Все это дает возможность реагировать на появляющиеся запросы участников программы, меняющиеся тенденции и вносить изменения в новый цикл мероприятий программы, чтобы следовать современным трендам.

Благотворительная программа «Мир новых возможностей» ознаменовала постепенный, но целенаправленный переход компании от патерналистской модели к социальному партнерству и общественной активности. Система конкурсного отбора, выявление самых достойных, позволяет не только воплотить интересные проекты в жизнь и добиться конкретных результатов в решении социальных проблем, но и создает возможность для наиболее эффективного вложения социальных инвестиций. Компания не просто оказывает финансовую поддержку, но и передает участникам программы новые знания, создает условия для развития общественных инициатив и поддержки инновационных идей.

Наталья Каминарская «Благосфера»

Представленная программа в целом направлена на активизацию населения в регионах присутствия и вовлечение его в новые форматы деятельности. И грантовый конкурс, и обучение социальному предпринимательству, и фестивали — все это направлено на увеличение числа граждан, понимающих смысл и принципы социального проектирования. Компания очень удачно смогла сочетать лучшие практики, разработанные в некоммерческом секторе, с качественными бизнес-инструментами по продвижению контента и обеспечению дополнительной поддержки со стороны органов власти и СМИ. Особое внимание стоит обратить на охват жителей всех возрастов — от дошкольников до стариков, а также такие находки, как специально созданные комиксы и социально-конструкторское бюро.

II МЕСТО



ПОМОЩЬ ВЗРОСЛЫМ В РОССИИ.
ИССЛЕДОВАНИЕ ДОБРА MAIL.RU СОВМЕСТНО С ФОНД
MAIL.RU GROUP, ПРОЕКТ ДОБРО MAIL.RU

Цели программы: изучить отношение жителей России к помощи тяжело-больным взрослым.

Сроки реализации: 2015 год.

Целевая аудитория: жители России старше 18 лет; тяжелобольные взрослые люди, которые нуждаются в помощи; благотворительные фонды, которые помогают взрослым.

Описание программы:

Исследование о помощи взрослым в России стало первым, поставившим цель изучить отношение и степень участия (исключая милостыню) населения в помощи тяжелобольным взрослым, одной из самых незащищенных категорий населения.

С момента основания на Добре Mail.Ru существовали проекты помощи взрослым людям, и на фоне остальных проектов было очевидно, что эти сборы идут не столь хорошо. Несмотря на то, что к 2015 году пользователи Добра стали помогать взрослым в 3 раза активнее, чем в 2014 году, кардинально ситуация не изменилась. Проект поставил своей целью выяснить причины столь низкой активности, для чего совместно с Фондом «Общественное Мнение» было проведено специальное исследование.

Результаты оказались печальными, хотя и достаточно предсказуемыми: менее одного процента населения готово помогать взрослым. И если мы готовы помогать незнакомым детям, то незнакомый взрослый для нас практически не существует. Мы откликаемся на сигнал SOS только от тех, кого знаем, а остальных подозреваем в обмане. Даже те, кто имеет опыт помощи взрослым, отвечая на вопрос о потенциальных адресатах помощи, чаще выбирали детей (24% из них помогли бы детям, и лишь 1% — взрослым). При этом большинство (63%) респондентов считают, что помогать незнакомым тяжелобольным взрослым в России принято.

Для разработки анкеты, формулировки целей и задач исследования, а также формирования фокус-групп были привлечены фонды, специализирующиеся на помощи взрослым — Виктория Агаджанова, директор благотворительного фонда «Живой», Татьяна Константинова, директор фонда «Со-единение», первый директор фонда «Живой», публицист Валерий Панюшкин, фотограф Ольга Лавренкова, Анастасия Гулявина, основатель Impact Hub Moscow, Мария Хадеева, Екатерина Бермант, Екатерина Милова, исполнительный директор фонда «ОРБИ», директор фонда «Фонд борьбы с лейкемией» Анастасия Кафланова.

В рамках проекта волонтерами стали известные личности и блогеры, которые делились своими мыслями о том, в каких отраслях жизни взрослые играют решающую роль — и делились результатами исследования в социальных сетях. Среди участников — Алена Попова, Сергей Гребенников, Алена Владимирская, Ян Яновский, Анна Артамонова, Ирина Горбачева и многие другие.

Благотворительные фонды и эксперты, которые участвовали в разработке исследования, были вовлечены в процесс его подготовки и проведения, стали его амбассадорами, получили возможность высказать свою позицию в медиа, привлечь дополнительные пожертвования в пользу своих подопечных.

Для презентации исследования был создан уникальный спецпроект, который не только позволяет ознакомиться с результатами исследования, но и, получив знания, перейти к активным действиям — и изменить статистику, сделав пожертвование в помощь одного из тяжелобольных взрослых людей — героев проекта на Дobre.

Результаты проекта

Исследование вызвало серьезный резонанс в обществе. Проблемы помощи взрослым стали активнее обсуждаться в СМИ и в социальных сетях. Но главный результат — возросла интенсивность помощи взрослым. Только на Дobre Mail.Ru с момента публикации исследования успешно завершены стали 8 проектов помощи взрослым. Изменения возможны только благодаря участию тысяч равнодушных граждан, а стимулом для них стали факты, которые позволило выявить исследование.

Один из главных эффектов исследования — увеличение осведомленности о том, как важно помогать взрослым людям, таким же как мы сами — но заболевшим и нуждающимся в поддержке. Исследование позволило привлечь более 3 000 000 рублей на помощь взрослым на Дobre Mail.Ru, пользователи стали значительно активнее поддерживать такие проекты.

Было опубликовано более 70 материалов в СМИ. Исследование становится фокусом публикаций все большего числа средств массовой информации. По прогнозам, число успешно завершенных проектов помощи взрослым людям в 2016 году на Дobre Mail.Ru вырастет более чем в 5 раз.

Наталья Каминарская «Благосфера»

Проведение исследований перед запуском проектов — стандартная практика бизнеса. Она давно распространилась и на благотворительную деятельность, однако чаще всего результаты подобных исследований не становятся достоянием широкой публики. В данном случае мы имеем не только распространение результатов проведенного при поддержке экспертного сообщества исследования. Сама выбранная тема актуальна и мало изучена в нашей стране, и дискуссия о результатах внесла серьезный вклад в развитие благотворительности в данной сфере, что отразилось и на сборах на Дobre.Ру



Форум Доноров — ассоциация крупнейших благотворительных организаций, работающих в России. Это единственная организация, которая объединяет фонды и компании, системно занимающиеся 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



Деловая газета «Ведомости» уже более 17 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. Глобальная сеть фирм PwC объединяет более 223 000 сотрудников в 157 странах.

www.pwc.ru



МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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 140 отраслевых и региональных бизнес-объединений, а также 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



Международный форум лидеров бизнеса (IBLF Russia) объединяет усилия бизнеса, государства и общества для увеличения вклада бизнеса в устойчивое развитие.

Задача IBLF Russia — содействовать стабильному и устойчивому развитию страны. Наши программы помогают росту бизнеса и в то же время способствуют долгосрочному социальному развитию. Деятельность IBLF Russia направлена на совершенствование стандартов ведения бизнеса, поддержку молодежного предпринимательства, развитие наставничества, повышение финансовой грамотности населения, содействие компаниям в управлении экологическими рисками и развитие корпоративного волонтерства.

www.iblfrussia.org



**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 и Masters in Management.

www.gsom.spbu.ru



Британский Совет — это международная организация, призванная развивать сотрудничество в области образования и культуры между Великобританией и другими странами. Цель организации — установление дружеского диалога и укрепление отношений между людьми через распространение знаний, формирование партнерских связей и предоставление других возможностей для общения и развития. Британский Совет работает в Москве свыше 25 лет, осуществляя проекты в области искусства, английского языка, образования и науки. В 2016 году, в рамках Года языка и литературы Великобритании и России, совместно с российскими и британскими партнерами Британский совет провел серию масштабных мероприятий по всей России, которые познакомили жителей страны с культурным наследием Великобритании.

www.britishcouncil.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.

ep.org.ru



Металлоинвест

Металлоинвест — мировой лидер в производстве товарного горячебрикетированного железа (ГБЖ), ведущий производитель и поставщик железорудной и металлизованной продукции, один из региональных производителей высококачественной стали. В состав Металлоинвеста входят ведущие горно-обогатительные предприятия России — Лебединский и Михайловский горно-обогатительные комбинаты, металлургические предприятия — Оскольский электрометаллургический комбинат и Уральская Сталь, компания по вторичной переработке металла «УралМетКом», а также активы, обеспечивающие сервисное обслуживание и поставку сырьевых материалов горнорудным и металлургическим предприятиям.

Среди приоритетных задач корпоративной социальной ответственности компании «Металлоинвест» — забота об окружающей среде, обеспечение безопасных условий труда, соответствие правовым и этическим нормам социально-трудовых отношений, повышение качества жизни в регионах присутствия Компании.

www.metalloinvest.com



**ТРУБНАЯ
МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ
КОМПАНИЯ**

Трубная Металлургическая Компания (ТМК) является одним из ведущих глобальных поставщиков трубной продукции для нефтегазового сектора. ТМК объединяет более 30 предприятий, расположенных в России, США, Канаде, Румынии, Омане и Казахстане и два научно-исследовательских центра в России и США. Общий объем отгрузки труб в 2015 году составил 3,9 млн тонн. Наибольшую долю в структуре продаж Компании занимают нарезные нефтегазовые трубы, отгружаемые потребителям в более 80 странах мира. ТМК поставляет продукцию в сочетании с широким комплексом сервисных услуг по термообработке, нанесению защитных покрытий, нарезке премиальных соединений, складированию и ремонту труб.

Акции ТМК обращаются на Лондонской фондовой бирже, в системе внебиржевой торговли США (ОТСQX), а также на Московской Бирже.

www.tmk-group.ru



«Северсталь» — одна из крупнейших вертикально-интегрированных горнодобывающих и сталелитейных компаний в мире. Компания полностью обеспечена собственным сырьем — железной рудой и коксующимся углем. Около 50 000 человек работают на предприятиях в России, Беларуси, Украине, Казахстане, Латвии, Польше, Италии и Либерии. Акции компании торгуются на Московской бирже, глобальные депозитарные расписки представлены на Лондонской фондовой бирже.

«Северсталь» — глобальный лидер по показателю «рентабельность по EBITDA», составившему в 2015 году 32,8%. В 2015 году «Северсталь» произвела 11,45 млн тонн стали, выручка компании составила \$6,396 млн, EBITDA — \$2,096 млн.

Основной акционер, председатель совета директоров компании — Алексей Мордашов.

www.severstal.com/rus/



«Нестле» — крупнейшая в мире компания-производитель продуктов питания и напитков, эксперт в области правильного питания и здорового образа жизни. Кредо «Нестле» — делать жизнь лучше, предлагая потребителям только качественные продукты.

Вся деятельность «Нестле» в области корпоративной социальной ответственности основана на концепции «Создание общих ценностей», в рамках которой компания стремится сочетать рост и поддержание устойчивых темпов развития с бережным отношением к окружающей среде и улучшением качества жизни людей.

Ежегодно «Нестле Россия» оказывает поддержку более 50 благотворительным организациям, выступает партнером проектов, направленных на развитие образования, спорта и популяризацию здорового образа жизни.

В 2016 году в честь своего 150-летия компания «Нестле» реализует обширную программу с символическим названием «150 добрых дел», в рамках которой в Москве и в других городах России проходят благотворительные и экологические мероприятия, начиная от поддержки детских домов, пенсионеров и ветеранов войны и заканчивая кулинарными уроками и экологическими акциями.

www.nestle.ru



**БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ
ФОНД ЦФО**

Благотворительный фонд Центрального федерального округа «Поддержка детей и семей в трудной жизненной ситуации» работает с 2006 года. За 10 лет работы в фонде были реализованы проекты, направленные на поддержку и развитие следующих направлений социальной политики: создание условий социализации детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, проживающих в детских интернатных учреждениях и центрах, помощь гражданам и семьям с детьми, попавшим в трудную жизненную ситуацию, помощь сопровождающим службам замещающих семей (приемных, опекунских, патронатных), а также решение проблем всемерного развития семейного устройства детей-сирот.

Главное в работе фонда — это доверие, информированность о реальных нуждах детских домов и их воспитанников, опыт развития корпоративного добровольчества и благотворительности. Благотворительный фонд ЦФО — единственный Фонд окружного уровня, что позволяет давать экспертную оценку любому благотворительному начинанию бизнеса в регионах благодаря накопленному опыту и компетенции.

www.blagocfo.ru



Программа «Родные города» — это комплексная программа социальных инвестиций ПАО «Газпром нефть», которая объединяет все социальные инициативы и проекты группы компаний в регионах России. Программа начала свою работу в 2013 году и направлена на развитие социально-экономического потенциала регионов, создание условий для повышения качества жизни и включает проекты формирования городской среды, инфраструктуры для детского и массового спорта, а также инициативы в сфере образования, здравоохранения и сохранения культурного потенциала коренных малочисленных народов. Инвестируя в свои родные города, «Газпром нефть» вовлекает местные сообщества, НКО, местную власть и работников как в процесс формирования программы, так и в ее реализацию, добивается высочайшего класса выполнения проектов, часть из которых является проектами будущего или уникальными для России.

www.gazprom-neft.ru

О проекте	3
Посол благотворительности. Анна Казарина	5
Посол благотворительности. Наталья Поппель	6
Раздел 1. Результаты исследования	
Результаты исследования «Лидеры корпоративной благотворительности — 2016»	7
Раздел 2. Результаты проекта	
Итоги	34
Члены жюри и эксперты	40
О победителях рэнкинга	43
Приз «За подход к оценке результатов благотворительных проектов и программ»	61
Раздел 3. Конкурс благотворительных программ	
Номинация Министерства экономического развития РФ	67
Номинация Российского союза промышленников и предпринимателей ...	84
Номинация Международного форума лидеров бизнеса	112
Номинация Высшей школы менеджмента СПбГУ	128
Номинация Британского Совета	147
Номинация Форума Доноров	172
Номинация Центра «Благосфера»	182
Организаторы и партнеры	192

Автор-составитель:

Александра Болдырева

Редактор:

Ирина Вдовенко

Дизайн и верстка:

Юрий Васильков

Над сборником работали:

Эльвира Алейниченко

Ирина Вдовенко

Элина Герман

Екатерина Дмитриенко

Елена Елагина

Ирина Ефремова-Гарт

Олег Казаков

Ольга Мишина

Павел Попов

Екатерина Шендрик

Владимир Шутилин

Тираж 300 экз.

Форум Доноров

127055, Москва, ул. Сущевская, д.9, стр. 4

ЛИДЕРЫ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ 2016

+7 499 978 59 93

CORPORATELEADER@DONORSFORUM.RU

WWW.DONORSFORUM.RU/PROJECTS/LKB