



Корпоративная нефинансовая отчетность как инструмент повышения прозрачности бизнеса для инвесторов и ключевых партнеров

Надежда Киселева,
Начальник управления по внешним и внутренним коммуникациям
ГК «Детский мир»

2016 год

В 2015 году ГК «Детский мир» выпустила первый отчет устойчивого развития по стандарту G4Руководства GRI (вариант «основной»)

Отчет отражает наши стратегические приоритеты, результаты мероприятий по повышению внутренней эффективности и достижения в области работы с клиентами, поставщиками, сотрудниками и местными сообществами и демонстрирует, как наша деятельность в области корпоративной социальной ответственности связана с нашими достижениями в развитии бизнеса.

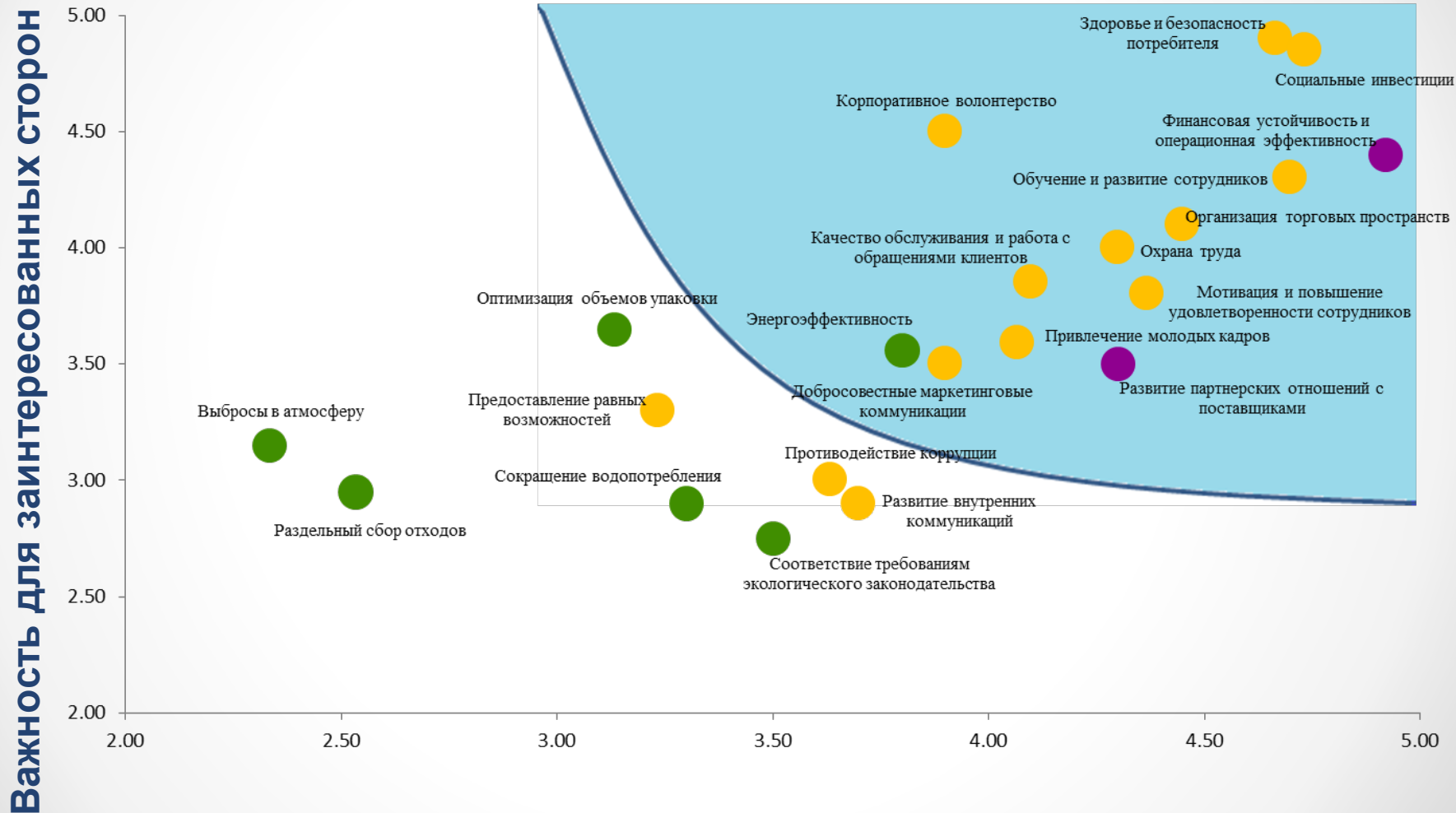


Принципы определения содержания

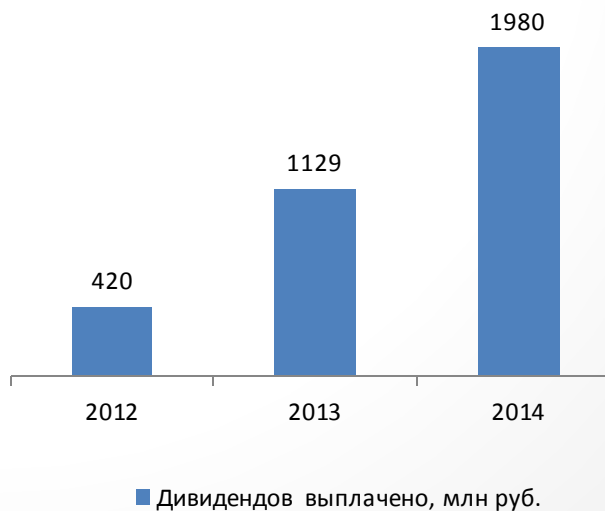
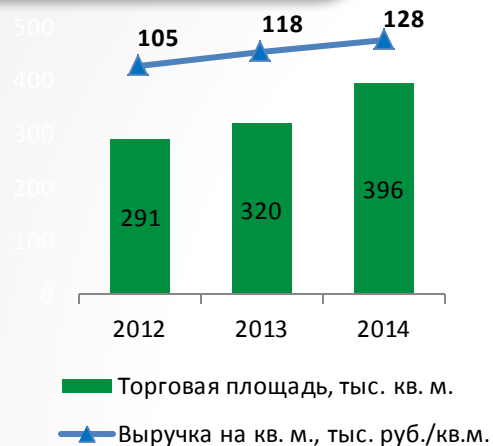
- ▶ интервьюирование руководителей ответственных подразделений ОАО «Детский мир»;
- ▶ анкетирование 10 топ-менеджеров ОАО «Детский мир»;
- ▶ анализ содержания нефинансовых отчетов российских и зарубежных компаний-аналогов;
- ▶ анализ внутренних каналов коммуникации ОАО «Детский мир» и материалов СМИ;
- ▶ анализ внутренних нормативных документов;
- ▶ экспертная оценка выявленных тем на предмет полноты и сбалансированности.



Матрица существенных аспектов ГК в области устойчивого развития



Масштабы деятельности



Стратегические приоритеты развития и результаты Группы компаний за отчетный период (2014г. к 2012 г.)



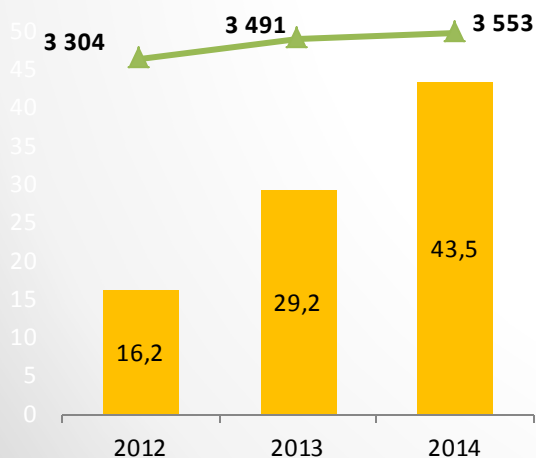
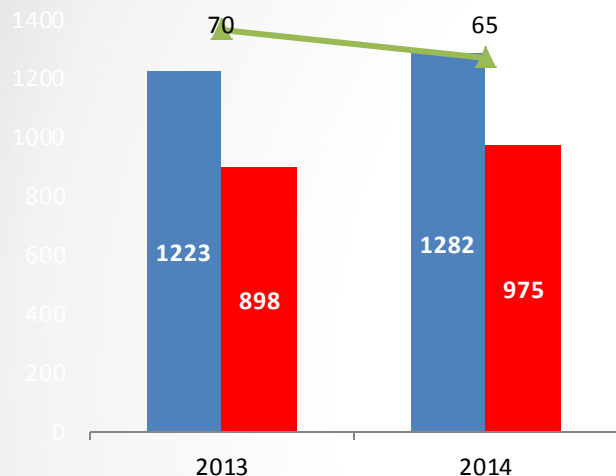
Взаимодействие с заинтересованными сторонами



Заинтересованная сторона	Примеры каналов взаимодействия
Поставщики	- Совместные проекты по ассортиментному планированию и мерчендайзингу - Отраслевые конференции - Выставки поставщиков
Потребители	- Исследования удовлетворенности - Фокус-группы с участием потребителей - Система «Обратная связь» - Рассылка информации об акциях и предложениях по СМС и электронной почте
Сотрудники	- Оценка профессиональных знаний - Учебный портал Webtutor - Исследование уровня вовлеченности - Горячая линия
Отраслевые организации	- Отраслевые конференции - Круглые столы
Местные сообщества	Взаимодействие в рамках программ корпоративного волонтерства

Активное взаимодействие с заинтересованными сторонами позволяет Группе, с одной стороны, обеспечивать качество товара и его безопасность для детей, с другой – увеличивать объемы продаж и развивать бизнес

Доверие и лояльность клиентов – важнейшие составляющие нашего успеха на рынке. Мы прилагаем все усилия для того, чтобы оправдывать высокие ожидания наших покупателей и гарантировать им широкий ассортимент, исключительный сервис, качество товара и его безопасность. Ведь они доверяют нам самое дорогое – счастье своих детей.



- Средний чек лояльного клиента, руб.
- Средний чек клиента, не участвующего в программе лояльности, руб.
- ▲ Доля покупок лояльных клиентов в товарообороте, %

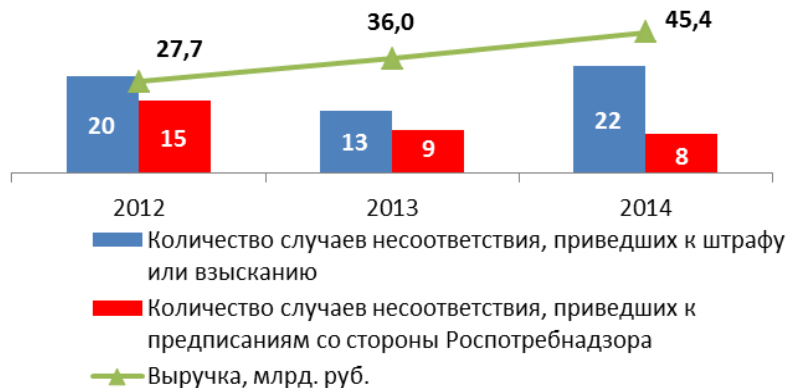
- Количество посетителей, млн шт.
- ▲ Размер среднего чека, руб.

Целевой аудиторией Группы компаний «Детский мир» являются семьи с детьми от 0 до 12 лет, имеющие средний уровень дохода. На основании анализа их потребностей и пожеланий к работе магазинов мы определили следующие стратегические направления работы в рамках построения клиенториентированной модели бизнеса:

- ▶ обеспечение безопасности товаров для здоровья потребителей;
- ▶ внедрение новой концепции формата магазинов сети «Детский мир»;
- ▶ обеспечение ценовой доступности товаров и совершенствование коммуникаций с покупателями;
- ▶ диверсификация каналов продаж и развитие сегмента электронной торговли.

Мы рады отметить, что в 2014 г. покупателями магазинов нашей сети стали 43,3 млн человек, и их количество с каждым годом растет.

Процесс контроля безопасности и качества товаров



Наши сотрудники



8 539
сотрудников

87%
работают в рознице

84%
сотрудников – женщины

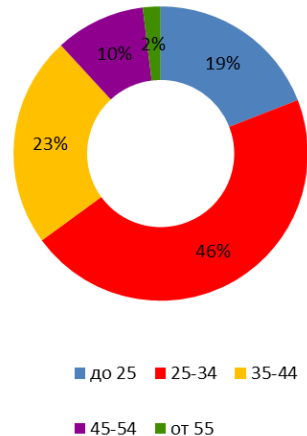
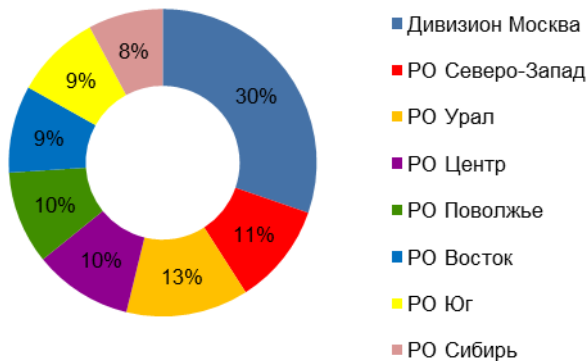
32 года
средний возраст



Распределение штатных сотрудников ОАО «Детский мир» по категориям



Распределение по региональным отделениям (РО) в 2014 г.



Сотрудники розницы

- ▶ линейные сотрудники: продавец-кассир, менеджеры по товару, специалист предпродажной подготовки и др.
- ▶ административные сотрудники: управляющий персонал магазинов, территориальные управляющие и директора региональных отделений

Сотрудники центрального офиса

- ▶ Категория «А»: топ-менеджмент, сотрудники, находящиеся в прямом подчинении генерального директора ОАО «Детский мир» (CEO-1)
- ▶ Категория «В»: менеджеры в должности руководителя отдела и выше
- ▶ Категория «С»: линейный менеджмент, к которому относятся сотрудники в должности специалист, включая старших и ведущих специалистов

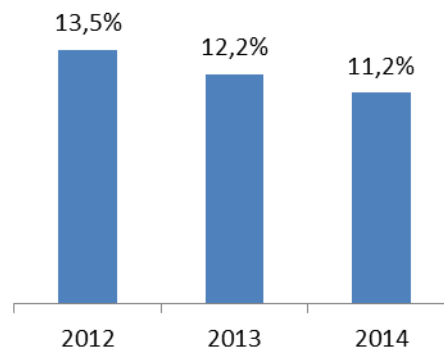
Подход к управлению персоналом

Одним из ключевых приоритетов Группы компаний в области управления персоналом является последовательное повышение производительности труда сотрудников и, как следствие, эффективности работы всей компании. С 2012 г. количество магазинов Группы увеличилось на 49%, а численность штатных сотрудников – всего на 4,6%.

Число магазинов и численность штатных сотрудников розницы по Группе компаний «Детский мир» в отчетном периоде

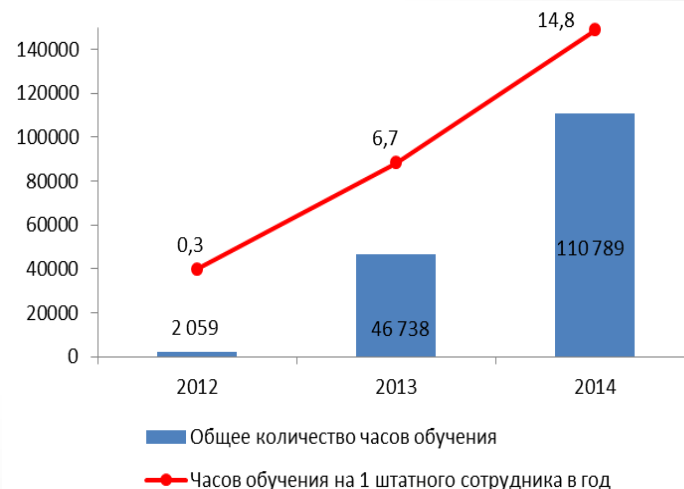


Доля фонда оплаты труда (ФОТ) в выручке



«Детский мир» в отчетном периоде реализовала программы и мероприятия, направленные на:

- ▶ разработку и внедрение новой системы мотивационных инструментов и оплаты труда;
- ▶ внедрение регулярной оценки профессиональных знаний и формирование кадрового резерва;
- ▶ категорирование линейных должностей по результатам оценки профессиональных знаний;
- ▶ развитие корпоративной культуры;
- ▶ оценку вовлеченности сотрудников и проведение мероприятий по ее повышению;
- ▶ формирование программ социальной защиты работников.



Благотворительная деятельность

**140 млн
руб.**
благотворительной
помощи

В 2004 г. для эффективного управления благотворительными проектами был создан Благотворительный фонд «Детский мир» (Далее - Фонд). Деятельность Фонда осуществляется в соответствии с Уставом и Политикой благотворительной деятельности, согласно которым нашими благополучателями являются российские социальные учреждения, работающие с детьми в трудной жизненной ситуации, а также многодетные и малообеспеченные семьи. Приоритетные направления деятельности Фонда включают:

Программа «Искусство без границ»

«Новогодняя елка желаний»

Субботники

Волонтерский кукольный театр

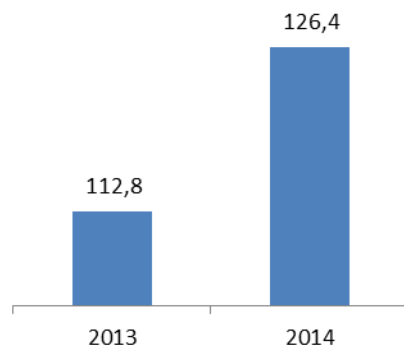
Программа «Софинансирования»

Благотворительные ярмарки

Результаты программы
«Вместе мы сможем больше»



Стоимость подарков, собранных
в рамках акции «Участуйте!», млн руб.

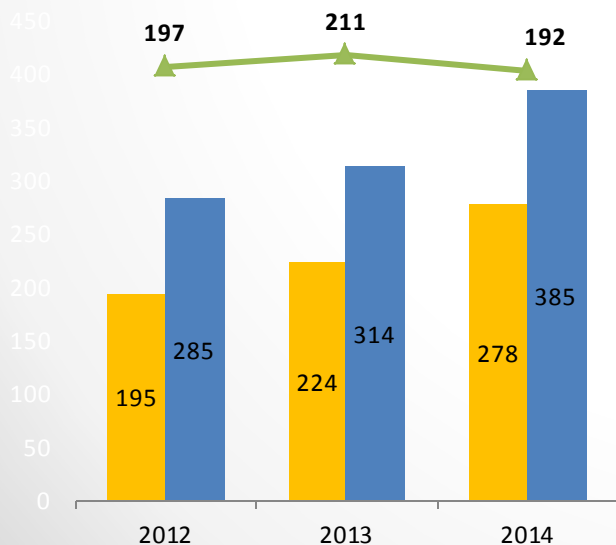


Источники финансирования Фонда в 2014 г.



Группа компаний «Детский мир» рассматривает сокращение потребления ресурсов как с точки зрения снижения операционных затрат, так и с точки зрения минимизации воздействия на окружающую среду.

	2012	2013	2014
Магазины, шт.	195	224	278
Потребление электроэнергии на квадратный метр, кВт·ч/кв. м	197	211	192
Площадь, тыс. кв. м	285	314	385



Оборудование флагманского гипермаркета системой светодиодного освещения



- Магазины, шт.
- Площадь, тыс. кв. м
- ▲— Потребление электроэнергии на квадратный метр, кВт·ч/кв. м

«Детский мир» – ответственный бизнес

- Воплощая нашу стратегию в жизнь, мы соблюдаем принцип ответственного ведения бизнеса. Наша деятельность имеет высокую общественную значимость – мы обеспечиваем подрастающее поколение товарами, необходимыми для их развития. В связи с этим «Детский мир» предъявляет высокие требования к нашим партнерам не только в части доступности продукции для потребителей, но и ее высокого качества и безопасности для здоровья.
- Динамичный рост ГК «Детский мир» во многом стал заслугой команды менеджеров и всех сотрудников Группы, для которых мы создаем привлекательные условия развития и карьерного роста.
- В части развития корпоративной социальной ответственности мы поставили перед собой цель вовлечь как можно больше сотрудников в наши волонтерские движения и увеличивать масштабы благотворительной деятельности. Перспективным и важным направлением развития мы считаем проекты в области охраны окружающей среды.
- Мы уверены, что обладаем всеми ресурсами для укрепления позиций на рынке. Даже в сложных условиях с учетом текущей экономической ситуации мы видим новые возможности для развития нашего бизнеса – ответственный подход к построению взаимоотношений с потребителями, поставщиками и сотрудниками позволяет нам уверенно смотреть в будущее.