ЛИДЕРЫ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ
ВСЁ О ЛИДЕРАХ
2015

ВСЁ О ЛИДЕРАХ 2015

По материалам проекта
«Лидеры корпоративной благотворительности — 2015»

Форум Доноров
2015

Всё о лидерах 2015: по материалам проекта «Лидеры корпоративной благотворительности — 2015». —М.: Форум Доноров, 2015. —166 с.

Издание подготовлено по материалам проекта «Лидеры корпоративной благотворительности — 2015», осуществляемого деловой газетой «Ведомости», Некоммерческим партнерством грантодающих организаций «Форум Доноров» и международной аудиторско-консалтинговой сетью фирм PwC. Книга состоит из нескольких частей: статьи по итогам исследования за 2015 год, результатов рэнкинга и описания корпоративных социальных проектов и программ, которые вошли в шорт-лист 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.

© Форум Доноров, 2015

О проекте

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

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

Партнерами проекта на протяжении всех лет его существования являются Министерство экономического развития Российской Федерации и Российский союз промышленников и предпринимателей, которые объявляют номинации и выбирают лучшие проекты компаний. Также в 2015 году свою номинацию в рамках проекта объявили Международный форум лидеров бизнеса (IBLF), Факультет государственного управления МГУ, Британский совет в России, а также Форум Доноров.

В исследовании 2015 года приняли участие 65 российских и международных компаний с оборотом более 100 млн рублей в 2014 году, осуществляющих свою благотворительную деятельность на территории Российской Федерации. Расходы на социальные и благотворительные проекты по итогам 2014 году раскрыли 55 участников. Исходя из предоставленных данных они потратили на благотворительность и социальную поддержку более 15,5 млрд рублей.

НАТАЛЬЯ КАМИНАРСКАЯ

исполнительный секретарь Форума Доноров:

«С каждым годом выбирать лидеров среди участников проекта становится все труднее. В ситуации, когда дебютанты проекта занимают в нем первые места, можно с уверенностью констатировать: рэнкинг признан бизнесом как важная оценка обществом их социальной деятельности, и общее понимание принципов корпоративной благотворительности у крупных федеральных компаний сложилось и устоялось на достаточно высоком уровне. Нам как организаторам необходимо ставить перед собой новые задачи по распространению выявленных лучших практик на более широкий круг компаний и вовлечению регионов в развитие у себя стратегического направления — корпоративной благотворительности как обязательного элемента развития самого бизнеса».

ГЛЕБ ПРОЗОРОВ

генеральный директор газеты «Ведомости»:

«Меня одновременно и удивил, и очень обрадовал не только тот факт, что в нынешнем рэнкинге приняло участие самое большое количество компаний за все время его существования, но и рекордная сумма социальных инвестиций участников рэнкинга. Это весьма показательно — цивилизованная часть российского бизнеса не собирается подвергать ревизии свою политику устойчивого развития и КСО даже в самых сложных экономических условиях».

ТИМ КЛАУ

партнер PwC в России:

«Несмотря на нестабильную экономическую ситуацию, компании стали более ответственно подходить к финансированию своих социальных программ. Мы отмечаем рост интереса к этому вопросу: компании стремятся объективно оценивать принятые на себя обязательства перед внутренними и внешними заинтересованными сторонами и переориентировать свою стратегию в области корпоративной благотворительности на программы, которые имеют максимальный социальный эффект».

Инна Прохорова

генеральный директор БФ «Катрен»*

В течение года, начавшегося с церемонии награждения «Лидеров корпоративной благотворительности — 2014», компания «Катрен» в лице БФ «Катрен» назначена действующим послом благотворительности в России. Пожалуй, это новое явление в благотворительности и новая роль для нашей организации, но мы, полагаю, быстро разобрались, чего ожидают от нас заинтересованные стороны и чего мы сами от себя ожидаем. Кто такие послы? Те, кто представляет интересы сторон, доносит позицию до незаинтересованных сторон, а в глобальном смысле послы — носители культуры (в нашем случае — благотворительной), политически нейтральные. Посла слушают все, и он в диалоге со всеми.

Такая позиция нам очень близка — КБФ «Катрен» несколько лет назад учредил социальный журнал для широкого круга читателей — «Дети дома». Журнал — площадка для различных мнений представителей власти, бизнеса, общества, а эти мнения, надо заметить, даже внутри одной группы порой диаметрально противоположны. С учетом сложной экономической ситуации в нашей стране в этом году мы выполнили план по изданию. Это же касается и других направлений и программ — мы воплотили в жизнь (хотя год еще продолжается) все планы по существующим долгосрочным программам. Создали новую программу «Здоровая семья» для детей из принимающих семей. Мы выполнили свои обязательства перед заинтересованными сторонами — я уверена, это все же главный показатель того, что мы достойны роли послов. Кроме того, мы с удовольствием приняли участие в следующих мероприятиях:

* Компания «Катрен» является победителем конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности — 2014».

- дали старт конкурсу «Лидеры корпоративной благотворительности – 2015» в Москве;
- вошли в состав жюри конкурса;
- выступили экспертами в июльском выпуске журнала «Аптека.ру», посвященном благотворительности;
- выступили на Форуме активных граждан «Сообщество» Общественной палаты РФ, 10–11 сентября в Севастополе;
- стали партнерами и участниками VIII конференции «Искусство оценки в благотворительности: культура и практика» Форума Доноров в Москве;
- приняли участие в итоговом форуме активных граждан «Сообщество» 3–4 ноября в Москве;
- стали финалистами конкурса «Объективная благотворительность».

И самое ожидаемое и волнительное событие — мы наконец сняли настоящий художественный фильм! Ведь послы несут культуру, и наш фильм «Внутри мечты» поможет нам справиться с этой задачей идеально.

И хотя обязанности, возложенные на нас, действуют до конца года, думаю, что посольская миссия не ограничена сроками, это одна из главных задач благотворителей во все времена. По крайней мере, именно так мы понимаем свое предназначение.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ «ЛИДЕРЫ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ – 2015»

Александра Болдырева
руководитель проекта «Лидеры корпоративной благотворительности», Форум Доноров

Ирина Ефремова-Гарт
руководитель программ, Форум Доноров

В начале 2015 года прогнозы развития корпоративной благотворительности в России были довольно пессимистичными. Многие говорили о сокращении бюджетов и угасании активности бизнеса в социальной сфере и как следствие — предсказывали снижение количества компаний, участвующих в тематических конкурсах. Скорее всего, от «Лидеров корпоративной благотворительности» многие ожидают подтверждения или опровержения этих данных, так как с самого начала проект задумывался в том числе для получения информации о развитии сектора и исследования развития социальных инвестиций крупных международных и российских компаний на территории России. Формализованная анкета позволяет собрать и обработать информацию, однако объектом изучения становится работа бизнеса в этом направлении за прошлый 2014 год, поэтому текущую ситуацию отражает только отчасти.

Вместе с тем количество участников — важный маркер актуальной ситуации в секторе. В этом году таких компаний было 65, и это своего рода рекорд для проекта, фиксирующий интерес бизнеса к теме корпоративной благотворительности. Таким образом, мы можем с определенной уверенностью говорить, что как минимум лидеры в этой сфере стремились сохранить свои позиции. Кто эти лидеры?

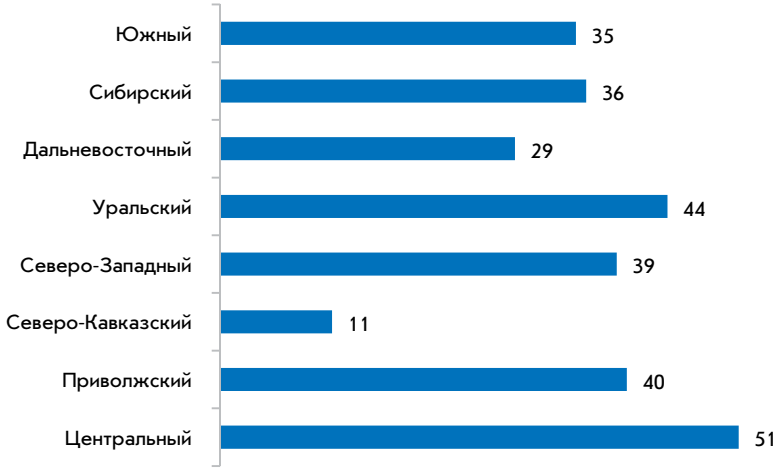
ПОРТРЕТ УЧАСТНИКОВ 2015 ГОДА

Согласно формальным требованиям, в проекте принимают участие компании с годовым оборотом не менее 100 млн рублей, реализующие в 2014 году благотворительную деятельность на территории Российской

Федерации. Половина участников ведут бизнес по всей стране, 13 работают в отдельных регионах, а еще 20 — международные компании.

Очевидно, что основная поддержка была направлена на территории присутствия бизнеса, вместе с тем увидеть, как компании распределили усилия между разными регионами, в рамках исследования довольно сложно. По количеству упоминаний лидирует Центральный федеральный округ (51), следом за которым идут Уральский (44), Приволжский (40) и Северо-Западный (39) федеральные округа. Вместе с тем реже упоминаемые Сибирский и Дальневосточный ФО были поддержаны компаниями с самыми высокими, по результатам исследования, благотворительными бюджетами. А если смотреть на программы, поданные на конкурс в специальные номинации, то среди них лидерство Центрального региона уже не прослеживается.

График 1. Федеральные округа, в которые была направлена поддержка компаний-участников проекта (количество участников)



Активность представителей различных секторов экономики в проекте неравномерна. Постоянными участниками проекта являются добывающие компании, которые представлены весьма разнообразно — от сравнительно небольших региональных компаний до крупнейших транснациональных корпораций. Однако наиболее представленным в этом году стал сектор розничной торговли и производства потребительских товаров. Именно в этом сегменте сконцентрировано наибольшее количество новых для проекта компаний, в частности появились сразу нескольких организаций — крупнейших игроков молочной отрасли. Заинтересованность узкоотраслевых объединений в позиционировании своих участников

в качестве социально ответственного бизнеса становится все заметнее, появляются новые игроки, что сегодня уже можно выделить в качестве сформировавшейся тенденции, которая набирает обороты.

Финансовые компании в отношении проекта являются одним из самых стабильных сегментов: все компании, представляющие этот сектор, много лет принимают участие, заявляя о себе как о лидерах корпоративной благотворительности.

График 2. Участники проекта по секторам экономики (количество участников)

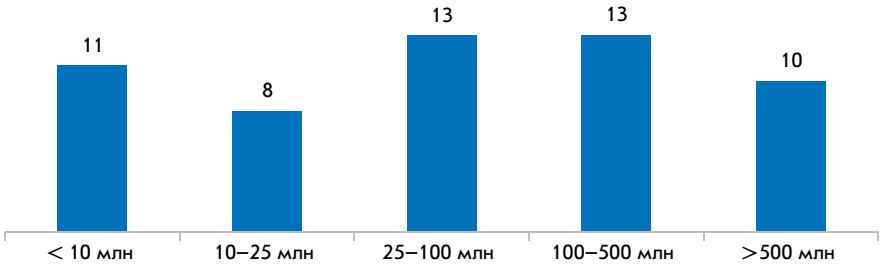
ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Вопрос объема социальных инвестиций бизнеса стабильно вызывает наибольшее количество вопросов в секторе. Дело не только в том, что не все компании раскрывают бюджеты, но и собственно в подсчете и формировании этих бюджетов. Например, учет административных расходов, которые регулярно возникают при планировании и реализации благотворительных проектов и волонтерских акций, остается для многих компаний открытым вопросом. Только 21 из 65 участников проекта отметили, что ведут учет административных затрат и смогли озвучить суммы. Большинство ответов представляли собой фиксированную сумму — от 1 до 14,5 млн рублей. Две компании указали, что административные расходы составляли от 10 до 20 % от бюджета программ и проектов.

Также остаются вопросы об учете затрат на развитие корпоративного добровольчества и реализацию волонтерских проектов и программ.

55 участников проекта раскрыли информацию о благотворительных бюджетах, согласно которой в 2014 году они в совокупности потратили более 15,5 млрд рублей на социальные проекты и благотворительность.

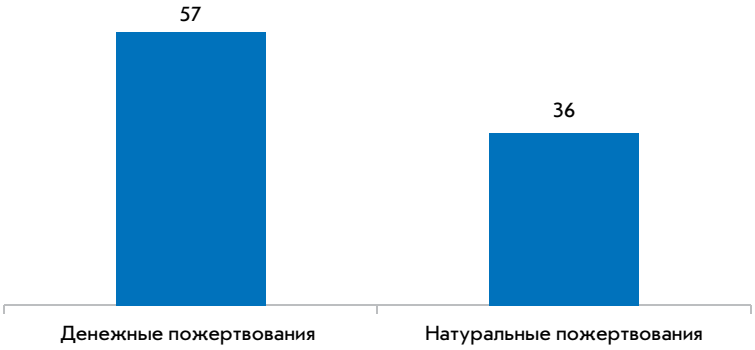
График 3. Бюджеты в рублях (количество участников)



Большинство (58) компаний отметили, что благотворительные бюджеты формируются и фиксируются на год. Еще в четырех компаниях бюджеты зависят от прибыли и формируются по принципу фиксированного процента. Три участника проекта отметили, что средства на благотворительность выделяются по запросам. При этом несколько компаний обратили внимание, что фиксированный бюджет на год учитывает только долгосрочные программы и обычно пополняется в течение года за счет новых программ, что предусмотрено внутренним регламентом.

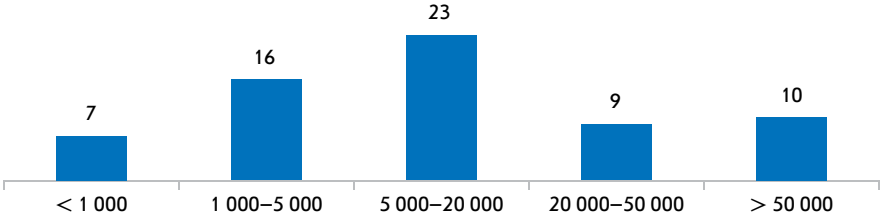
Бизнес продолжает играть важную роль в развитии культуры благотворительности среди населения, в том числе предлагая своим сотрудникам инициировать собственные проекты и участвовать в корпоративных программах. Из 65 участников 58 отметили, что используют практику сбора частных пожертвований сотрудников компании. Часто речь идет не только о денежных, но и о натуральных пожертвованиях (например, новогодние подарки или сбор вещей для потерпевших во время стихийных бедствий). Учет финансовых средств отметили лишь 26 компаний. Общая сумма пожертвований сотрудников этих компаний составила 91,33 млн рублей.

График 4. Пожертвования сотрудников



Средняя численность штата компаний-участников варьируется от 1 000 до 50 000 человек. Однако из 65 участников проекта 10 — это промышленные и телекоммуникационные компании-гиганты, в которых работают от 50 000 до 160 000 человек, а в 7 организациях, напротив, количество сотрудников не превышает 1 000 человек.

График 5. Общее количество сотрудников в компании, работающих на территории РФ (количество участников)



УПРАВЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬЮ

Результаты исследований прошлых лет фиксировали тенденцию: все больше компаний видят в благотворительной деятельности отдельное направление, которое требует профессионального управления и формализованной стратегии развития.

В прошлом году данные исследования показали довольно ровное распределение ответственности между четырьмя типами управления: при помощи благотворительных фондов, специального подразделения, отдельного специалиста, а также разделения полномочий между сотрудниками, для которых этот вид деятельности — лишь часть должностных обязанностей. В этом году стало очевидным, что все больше компаний склоняются к тому, чтобы делегировать ответственность за развитие направления специальным подразделениям.

Таблица 1. Управление корпоративной благотворительностью

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

Примечание: компании могли выбрать более одного варианта ответа

Вопрос целесообразности создания корпоративного благотворительного фонда часто поднимается на профессиональных площадках. Вместе с тем уже несколько лет более четверти компаний, участвующих в исследовании, указывают, что реализуют свои социальные программы при помощи собственного фонда. При этом важно отметить, что большинство компаний отмечали более одного варианта ответа. Таким образом, можно наблюдать различные варианты систем управления. Так, например, в компании «РУСАЛ» руководство корпоративной благотворительностью — компетенция департамента коммуникационных и социальных проектов, а оперативное управление лежит на корпоративном фонде. А в компании «Алкоа» политику, стратегию и процедуру благотворительной деятельности для всех подразделений компании, действующих в разных странах, определяет Фонд Алкоа. На уровне российского региона за реализацию данной политики, соответствие процедуре и результативность программ отвечают дирекция корпоративных отношений и сотрудник, в задачи которого входит общая координация благотворительной работы в России. При этом в отделах по корпоративным отношениям заводов определены сотрудники, отвечающие за проекты конкретного предприятия в сообществе и волонтерские программы на местах.

Лишь восемь компаний указали, что развитие благотворительности — часть обязанностей сотрудников, не отметив другие варианты. В шести компаниях за развитие корпоративной благотворительности отвечает отдельный сотрудник. В остальных случаях эти пункты отмечались вместе с другими пунктами (специальное подразделение и/или благотворительный фонд).

СТРАТЕГИИ

Документальное закрепление стратегии корпоративной благотворительности указали все участники проекта. При этом только четыре компании ограничили список упоминанием внутренних документов без расшифровки их содержания. В этом году, как и прежде, многие компании (почти половина всех участников) ссылаются на документы внутреннего пользования. Однако именно в этом году наблюдается количественный рост добавляемых к анкетам приложений, среди которых стали встречаться выписки из закрытых документов, а также сканы политик, регламентов и положений, на которые ссылаются участники.

Как и в прошлом году, можно выделить относительное преобладание «политик» над прочими документами: 47 участников отметили в качестве регулирующего документа «Политику по благотворительности» или «Политику в области устойчивого развития». Для 40 компаний из 65 характерно наличие документов разного уровня.

Таблица 2. Документы, фиксирующие стратегию корпоративной благотворительности

Название документа	кол-во компаний
Политика / стратегия устойчивого развития	17
Социальная политика компании	16
Социальный кодекс компании	3
Политика по благотворительности	25
Положение о благотворительной деятельности	15
План реализации благотворительной деятельности	17
Документы корпоративного благотворительного фонда	17
Порядок / регламент оказания благотворительной поддержки	13
Положение о благотворительной программе	11
Внутренние документы	32

НАПРАВЛЕНИЯ И ФОРМЫ РЕАЛИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНЫХ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ

Приоритеты крупных компаний в отношении выбора направлений социальных инвестиций, кажется, приобрели стабильный характер. Небольшие изменения, которые наблюдаются по отношению к прошлому году, можно списать на специфику выборки: состав участников проекта каждый год несколько меняется. В этом году 12 компаний приняли участие в проекте в первый раз.

Таким образом, наиболее привлекательным направлением для реализации благотворительных проектов и программ для бизнеса остается образование — почти 90 % (58 участников) отметили, что в их программном портфеле эта тема присутствует, а растущий интерес к специальной номинации «лучшая программа поддержки образования» и высокий качественный уровень заявок лишь подтверждают эти цифры. Стоит отметить, что диапазон программ, попадающих в данную категорию, достаточно широк: это и развитие профессионального образования, и взаимодействие с образовательными учреждениями, и работа с отдельными группами населения.

Еще одним традиционно популярным и весьма разноплановым направлением остается социальная работа, его отметили 54 компании. На третьем месте — развитие местных сообществ, что подтверждает тенденцию последних лет — концентрацию внимания компаний на регионах присутствия.

Несколько лет назад в поле зрения бизнеса попало направление «защита прав». Долгое время считающаяся «непривлекательной», эта тема уже регулярно появляется в списке приоритетов, и, хотя наряду с информационной сферой она занимает нижние строчки, расширение линейки долгосрочных проектов у компаний в целом очевидно.

График 6. Направления корпоративной благотворительности (количество участников)

Уже второй год исследование фиксируют рост активности бизнеса в сфере экологии. Стоит отметить, что интерес к этой теме растет и у некоммерческих организаций. Согласно данным ежегодного доклада о состоянии и развитии фондов в России Форума Доноров, все заметнее становятся проекты в области экологии городской среды, такие как раздельный сбор мусора и развитие городских сообществ в контексте экологической проблематики. В отношении корпоративной благотворительности можно говорить о том, что традиционная для добывающих компаний тема экологии вышла за границы сектора и, следуя международным тенденциям, становится частью культуры крупного бизнеса.

ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

Классическими формами организации корпоративной благотворительности для крупного бизнеса остаются собственные программы (60) и программы, реализуемые в партнерстве (56). При этом основными партнерами компаний в данном направлении можно считать некоммерческие организации и региональные власти, хотя появляются примеры реализации совместных социальных программ при участии нескольких компаний.

Работа с обращениями, хотя и не является повсеместной практикой, вновь становится популярной формой взаимодействия с потенциальными благополучателями. Важно отметить, что на протяжении последних лет проект фиксировал плавное снижения доли этого показателя. В этом году динамика изменилась, что, скорее всего, является симптомом экономического кризиса, влияющего на весь некоммерческий сектор.

График 7. Формы организации (количество участников)

Помимо вышеперечисленных форм, компании активно используют другие подходы к реализации благотворительности, такие как корпоративное волонтерство, сбор частных пожертвований, предоставление бесплатных услуг, социально ориентированный маркетинг и социальное предпринимательство. В целом можно констатировать, что в сравнении с прошлым годом компании стали активнее использовать все вышеперечисленные подходы, при этом сбор частных пожертвований практически достиг уровня корпоративного волонтерства — наиболее интенсивно развивающегося все последние годы направления. В ситуации экономического кризиса бизнес стремится сохранить долгосрочные программы. Разделение финансовой ответственности с партнерами и привлечение средств физических лиц — шаги, к которым готовы большинство компаний.

Таблица 3. Элементы реализации корпоративной благотворительности

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

Первый раз о волонтерстве как тенденции в рамках проекта «Лидеры корпоративной благотворительности» заговорили во время кризиса 2008—2009 годов. Не удивительно, что постепенно набирающее обороты направление в сложные 2014—2015 годы в очередной резко набрало популярность и вышло на передовые позиции. В начале 2015 года Форум Доноров проводил серию коротких опросов среди компаний, участвующих в проекте «Лидеры корпоративной благотворительности — 2014» («Барометр кризиса»), в рамках которых в том числе задавался вопрос, развивают ли компании это направление. В опросах участвовало в среднем около 30 компаний, то есть половина от общей выборки (в прошлом году в проекте приняли участие 59 компаний). Большинство респондентов ответили, что заинтересованы в этой теме, более того — многие рассматривают волонтерство в качестве своего рода антикризисной меры, призванной придать устойчивый характер социальным инвестициям. При этом было зафиксировано два основных подхода к теме: часть компаний отмечали, что считают данное направление одним из приоритетных, другие указывали, что основные благотворительные программы компании включают элементы корпоративного волонтерства.

Управление волонтерскими программами преимущественно осуществляется сотрудниками, для которых ведение этого направления является частью основного функционала, хотя были единичные упоминания наличия в компании специальной штатной единицы. Важно отметить, что более половины компаний, практикующих волонтерство, указали, что ведут статистику участия сотрудников. Как правило, у таких компаний есть отдельный бюджет для волонтерских программ, при этом большинство из них считают не только количество участников, но и процент от общего числа сотрудников компании. Опрос показал, что лишь немногие компании ведут подсчет времени волонтеров, в то время как внутренний запрос на мониторинг развития ситуации артикулирован.

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА

Все компании, принимающие участие в проекте, отметили, что поддерживают политику информационной открытости в вопросах, связанных с социальными проектами.

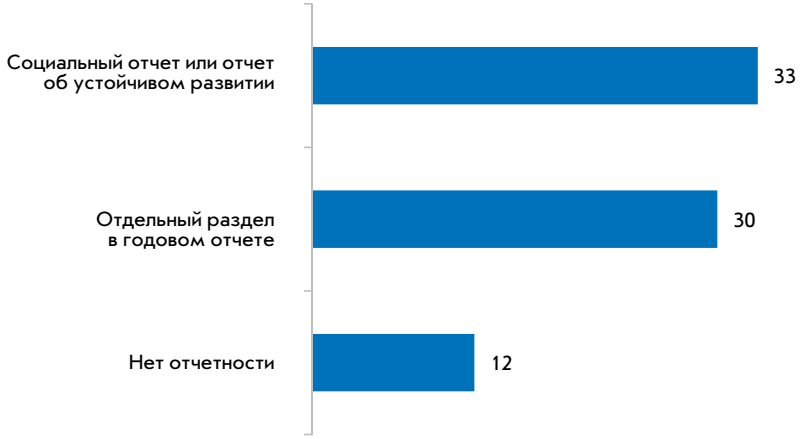
Главным источником распространения информации о благотворительной деятельности компании остаются корпоративные веб-сайты. За исключением трех компаний, все участники отметили, что регулярно публикуют тематические новости и/или ведут специальные разделы, посвященные социальной деятельности компании. Вместе с тем качество представленной информации, частота публикаций, наполненность разделов у компаний

весьма разная. Документы, фиксирующие стратегию корпоративной благотворительности, на сайтах размещаются крайне редко, а для размещения новостей все чаще используются страницы в социальных сетях.

Традиционно на сайтах размещаются продукты нефинансовой отчетности, интерес к которым со стороны заинтересованных сторон с каждым годом становится все выше.

Данные исследования подтверждают, что 53 из 65 компаний регулярно формируют такую отчетность, причем 30 участников готовят единый отчет, сочетающий финансовую и нефинансовую информацию, а 33 — готовят отдельный продукт, при этом 17 компаний готовят оба вида отчетности. Отсутствие нефинансовой отчетности отметили 12 компаний.

График 8. Продукты нефинансовой отчетности (количество участников)



МЕСТО И РОЛЬ ОЦЕНКИ В КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

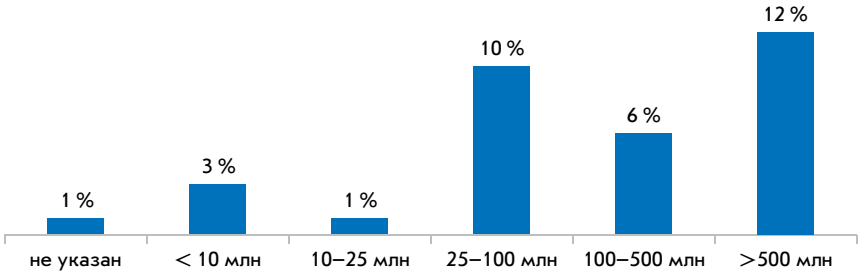
2015 год, ставший годом оценки не только для российского донорского сообщества, привлек значительное внимание к данной теме и заставил нас пристальнее посмотреть на то, какое место занимает оценка в процессе управления благотворительными программами, на каких стадиях жизненного цикла программы и чьими силами она проводится, каким образом впоследствии компания использует полученные результаты?

Подавляющее большинство компаний (97 %), принимавших участие в исследовании в 2015 году, положительно ответили на вопрос о том, проводят ли они оценку результативности своей благотворительной дея-

тельности. Эта цифра практически идентична той, что была получена по результатам исследования предыдущего 2014 года. Тогда положительный ответ на этот же вопрос дали 98 % компаний.

При этом расходы на проведение оценки в бюджет закладывают далеко не все компании, положительно ответившие о наличии у них практики оценки результативности. Лишь 33 % от общего числа участников предусматривают подобные расходы в своем бюджете, тогда как у оставшихся 67 % такого рода расходы либо вообще не предусмотрены, либо их невозможно идентифицировать в общем бюджете благотворительных программ и проектов. Среди компаний, закладывающих в бюджет расходы на оценку, большинство составляют компании, чей благотворительный бюджет — более 25 млн рублей.

График 9. Наличие бюджета на оценку благотворительных программ и проектов в рублях



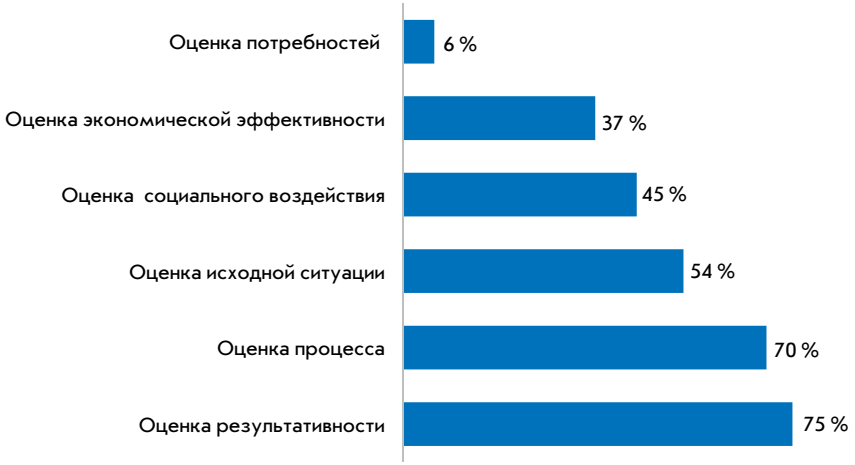
Среди тех компаний, которые бюджетируют расходы на оценку, в равных долях встречаются как крупные компании с количеством сотрудников более 50 тыс. человек, так и сравнительно небольшие, количество сотрудников в которых не превышает 5 тыс. человек. Обе эти категории составляют в общей сложности порядка 80 % от общего числа положительно ответивших на вопрос о бюджетировании расходов на оценку. При этом анализ ответов участников исследования не смог выявить прямой взаимосвязи между уровнем институционализации благотворительной деятельности в компании (наличие собственного корпоративного благотворительного фонда, специального подразделения в компании или отдельного сотрудника в одном из подразделений) и практикой бюджетирования расходов на оценку благотворительной деятельности. Большинство компаний, предусматривающих эти расходы, осуществляют свою корпоративную деятельность через специальные подразделения (70 % от общего числа положительно ответивших на вопрос), а отнюдь не через корпоративные благотворительные фонды, хотя логично было бы предположить, что именно последние должны располагать ресур-

сами и потенциалом для использования оценки в качестве инструмента управления своими благотворительными программами.

Обращаясь к оценке как к инструменту управления благотворительными программами и проектами, чаще всего компании проводят оценку результативности (75 %) и оценку процесса реализации своих программ и проектов (70 %). В отличие от оценки социального эффекта, данные виды оценки требуют меньших финансовых затрат и могут быть выполнены как внешними специалистами по оценке программам и проектов, так и внутренними силами компаний. Если при этом речь идет об индикаторной оценке, то основными измерителями, используемыми компаниями, являются «количество благополучателей программы/проекта», «количество городов/регионов, на территории которых была реализована программа» и «количество проведенных мероприятий».

Более половины компаний (54 %) проводит оценку исходной ситуации в тот момент, когда разработан дизайн благотворительной программы, то есть определены ее цели и задачи, сформулированы ожидаемые результаты и разработаны индикаторы, позволяющие отслеживать своевременность и полноту достижения результатов. Данный вид оценки позволяет произвести необходимые замеры, обеспечивающие точку отсчета и базу для сравнения в будущем.

График 10. Виды оценки, используемые компаниями



Оценку произведенного социального воздействия, являющуюся одним из наиболее сложных видов оценки, проводят чуть менее половины компаний от общего числа принимавших участие в исследовании (46 %).

При этом 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 проект/программа оказали положительное влияние».

Другими немаловажными аспектами, которым компании стараются уделять внимание, являются устойчивость достигнутых результатов и уровень информированности различных групп стейкхолдеров о благотворительной деятельности компании. Для отслеживания первого критерия большинство компаний использует такие индикаторы, как «количество партнеров компании, принявших участие в реализации программы/проекта», «количество сторонних организаций, принявших участие в проекте», «объем софинансирования, привлеченный от организаций-партнеров». Для мониторинга уровня информированности — «количество сотрудников компании, осведомленных о благотворительной деятельности», «количество публикаций в СМИ» и «процент клиентов компании, осведомленных о ее благотворительной деятельности».

Оценку экономической эффективности используют в своей работе около трети всех компаний, участвовавших в исследовании. При этом лишь 20 % от общего числа респондентов отметили, что они используют такие индикаторы, как «объемы вложенных средств» и «процент исполнения бюджета благотворительных программ и проектов».

Реже всего компании проводят оценку потребностей, позволяющую определить несоответствие между существующим и желаемым положением дел в какой-либо ситуации, выявить существующие потребности основных целевых групп и расположить данные потребности в приоритетном порядке. Этот вид оценки проводят всего 6 % от общего числа респондентов. Данный факт может свидетельствовать или о том, что при выборе направлений благотворительной деятельности и разработке программ компании в первую очередь руководствуются собственными приоритетами, не всегда в полной мере учитывая реальные потребности и интересы тех групп населения, для которых реализуются благотворительные программы, или о том, что компании достаточно хорошо осведомлены о потребностях территорий и проживающих на них групп населения и не считают необходимым тратить ресурсы на уточнение их потребностей. Однако даже в этом случае не стоит забывать о том, что оценка потребностей может помочь компании найти на территории максимальное возможное количество сторонников и партнеров, работающих

над решением схожих проблем, обеспечив тем самым значительно большую устойчивость тех результатов, на достижение которых будут расходоваться средства компании.

Как и в предыдущие годы, более половины компаний, использующих оценку в качестве инструмента управления своими благотворительными программами и проектами, привлекают для ее проведения внешних экспертов. Однако 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 63 % компаний. В тоже время на основе имеющихся данных невозможно сделать вывод о том, идет ли речь о внешних экспертах, специализирующихся на проведении эмпирической программной оценки, либо компании привлекают специалистов, являющихся экспертами в отдельных программных областях, но не являются специалистами в области программной оценки.

Стараясь сделать результаты оценки максимально полезными, компании предпринимают попытки диверсифицировать линейку продуктов, получаемых по результатам оценки. Если еще несколько лет назад наиболее популярным продуктом был отчет по оценке, то по результатам исследования этого года он занял лишь третье место, набрав всего 55 % и уступив пальму первенства таким продуктам, как устная презентация (72 %), видеофотоотчет (72 %). Заказ продуктов, более интерактивных по своей природе и учитывающих специфику восприятия информации различными группами стейкхолдеров, может свидетельствовать о том, что компании начинают уделять внимание не просто формальному проведению оценки, но использованию ее результатов для блага как партнеров и благополучателей благотворительных программ, так и стейкхолдеров внутри самой компании. 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 отчетность.

Отвечая на вопрос об использовании результатов оценки корпоративных благотворительных программ, большинство компаний отметили, что в первую очередь они проводят оценку для «информирования заинтересованных сторон о результатах программы/проекта» (86 %), «включения в отчетность» (84 %) и «повышения эффективности программ и проектов» (82 %) (см. график 3).

График 11. Использование результатов оценки корпоративных благотворительных программ

Достаточно высок процент компаний, использующих результаты оценки для «позиционирования» и «пересмотра содержания благотворительных программ». В то же время, если сравнивать данные, полученные в 2015 году, с аналогичными данными прошлого года, то можно заметить, что в этом году компании чуть реже используют результаты оценки для «оценки работы менеджмента» и гораздо реже для «уточнения стратегических приоритетов компаний».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По результатам 2014 года ряд тенденций развития корпоративной благотворительности в России, сформулированных в прошлом году, подверглись корректировке. Выбор направлений благотворительности компаний остается чувствительным к отраслевой принадлежности, однако некоторые специфические отраслевые приоритеты перестают восприниматься таковыми. Так экологические программы становятся привычными для многих крупных компаний, а социальное предпринимательство становится все более привлекательным для компаний, концентрирующих внимание на отдельных регионах.

Подавляющее большинство компаний заявляют, что выбирают стратегический подход к планированию благотворительной деятельности, однако формализованные стратегии корпоративной благотворительности, закрепленные документально, на сегодняшний день разработаны не у всех участников. В ряде случаев у компаний есть документы стра-

тегического уровня, но отсутствуют регулирующие операционную деятельность. Есть примеры, когда направление регулируют исключительно внутренние документы, не поддающиеся внешней экспертизе.

Экономический кризис не столько повлиял на цифры благотворительных бюджетов, сколько сказался на расстановке приоритетов при выборе форматов социальных проектов и работе с благополучателями. Данные проекта «Барометр кризиса» подтвердили, что, хотя вопрос об изменении бюджета на текущий 2015 год не снимался с повестки дня компаний вплоть до июня, резких изменений с ту или иную сторону за этим не последовало: привычного плавного роста не было замечено уже в прошлом году. В этом цифры несколько увеличились, но назвать это серьезным ростом при нынешнем курсе рубля по-прежнему сложно. Девальвацию рубля корпоративные благотворительные программы вполне ощутили. Учитывая, что изменения бюджетов — вопрос не только компаний, но также государства и, соответственно, благополучателей, количество обращений в 2014, а следом и в 2015 году заметно увеличилось.

Компании начали рассматривать различные возможности компенсировать пробелы, чем объясняется появление новых партнерских программ, в том числе совместных социальных проектов нескольких компаний, и рост сбора частных пожертвований. В этом году в ряде компаний уже летом начали планировать будущие бюджеты, что заметно раньше обычного. Пересмотр акцентов и приоритетов благотворительной деятельности также занял свое место в повестке.

Одновременно бизнес все пристальнее обращает внимание на возможности оценки как инструмента информирования заинтересованных сторон, повышения эффективности и пересмотра содержания самих программ. Запрос на развитие этой темы сформулирован и получит продолжение в следующем году.

Впереди очередной непростой год, когда ситуация в секторе будет серьезно меняться, в том числе в сторону активизации взаимодействия с властью. Бизнес вынужден реагировать на вновь выросшие ожидания со стороны местных сообществ и властей. Одновременно в большинстве регионов остаются вопросы, связанные с развитостью инфраструктуры, нехваткой некоммерческих организаций и экспертов, которых можно было бы привлечь в качестве партнеров или операторов корпоративных благотворительных программ.

В этой ситуации бизнес столкнется с необходимостью в очередной раз уделить пристальное внимание поиску, а возможно, и созданию реальных партнеров в среде НКО. Одновременно не следует забывать о том, что диалог бизнеса с бизнесом в социальной сфере возможен, оправдан и реален.

Раздел 2
РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА

МЕТОДОЛОГИЯ

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

ЭТАПЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1. На первом этапе идет сбор и анализ количественных показателей из заполняемых участниками анкет.
2. На втором этапе качественные данные анализируются членами экспертного жюри. Используется система ранжирования с автоматическим расчетом результатов.

КРИТЕРИИ БАЛЛОВОЙ ОЦЕНКИ

Критерии делятся на две группы:

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

СОДЕРЖАНИЕ И КАЧЕСТВО

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

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

Мнение жюри составляет 15% от общей балловой оценки.

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

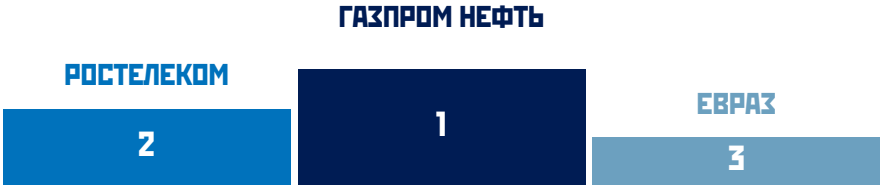
В результате каждой компании выставляется итоговый балл, который и формирует рэнкинг.

ОБЩИЙ РЕНКИНГ

НОМИНАЦИИ

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

Партнер номинации: Министерство экономического развития РФ



2	1	3
«Проект РОСТ»	Проведение грантового конкурса социальных инициатив «Газпром нефти» в рамках программы социальных инвестиций «Родные города»	Конкурс социально значимых проектов «Город друзей — город идей»

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

Партнер номинации: Российский союз промышленников и предпринимателей

Программа развития социального предпринимательства

Программа социальных инвестиций «Родные город» в Оренбургской области

Качественная городская среда для жизни

УРАЛХИМ — детям

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

Партнер номинации: Международный форум лидеров бизнеса (IBLF)

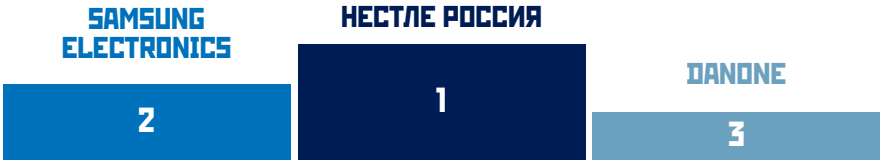
Программа развития корпоративного волонтерства в компании ОМК

Социальная программа «Помогать просто» компании «РУСАЛ»

Создание Волонтерского центра Благотворительного фонда «Система»

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

Партнер номинации: Факультет государственного управления МГУ имени М. В. Ломоносова



IT ШКОЛА SAMSUNG

Социальная программа «Помогать просто» компании «РУСАЛ»

Образовательный проект для повышения квалификации производителей молока «Молочная Бизнес Академия»

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

Партнер номинации: Британский Совет

Программа поддержки культурно-выставочных экспозиций и виртуальных филиалов Государственного Русского музея в России и за рубежом

Литературная премия «Ясная Поляна»

Выставочный проект «Пять веков русского искусства»

«Лучшая программа (проект), реализованная в партнерстве с другим бизнесом»

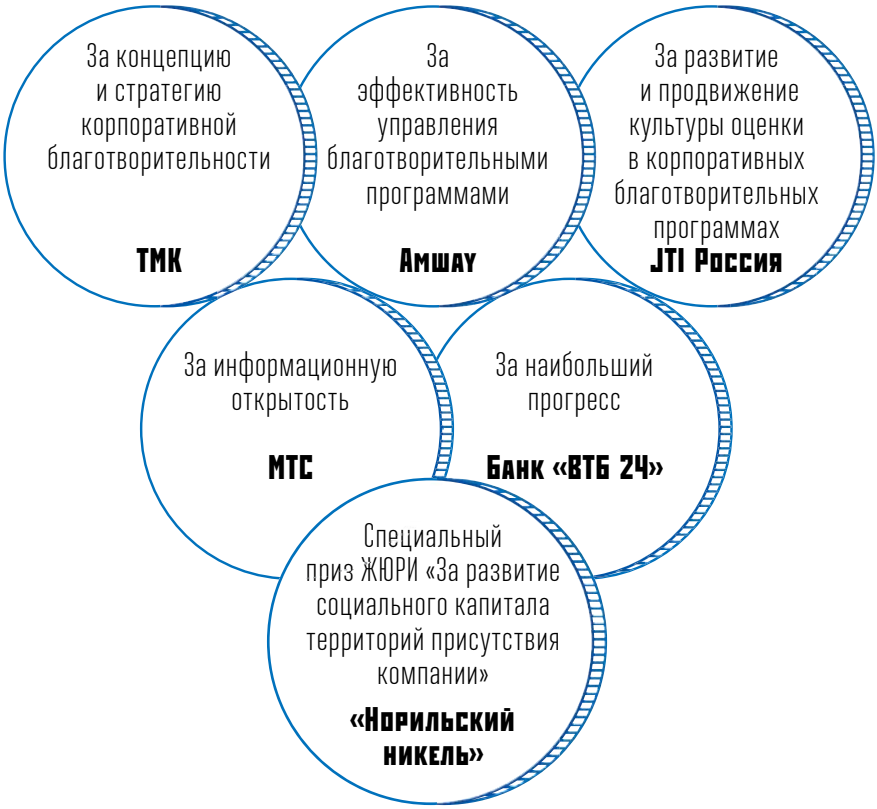
Партнер номинации: Форум Доноров

Конференция «Деловое обсуждение благотворительности для развития общества»

Благотворительный новогодний марафон «Верим в чудо, творим чудо»

Воздушный марафон добра

Специальные призы



ТОП 10 РЭНКИНГА 2015

1. «Северсталь»
1. «Газпром нефть»
2. «Металлоинвест»
3. «Сахалин Энерджи»
4. «РУСАЛ»
5. АФК «Система»
6. «Норильский никель»
7. «ТРАНСАЭРО»
8. «Нестле»
9. «Алкоа Россия»
10. ТМК

СПИСОК УЧАСТНИКОВ ПРОЕКТА «ЛИДЕРЫ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ – 2015»

Amway
Avon
Coca-Cola Hellenic в России
Efes Rus
En+ Group
FOREX CLUB
Heineken
JTI Россия
Mail.Ru Group
MAYKOR
Nordgold
P&G
PepsiCo
Sodexo
YUM
«АБС Электро»
«Алкоа Россия»
«Атомредметзолото»
АФК «Система»
«АШАН»
Банк ВТБ 24
Банк «УРАЛСИБ»
Банковская группа «ЗЕНИТ»
Волжский трубный завод
«Газпром нефть»
«Титан», группа компаний
Группа ЛСР
«Данон»
«Детский мир»
«ДИКСИ»
«Дойче Банк»
«ЕВРАЗ»
«ЕвроХим»
«Компьюлинк»
«Леруа Мерлен»
«М.Видео»
«МегаФон»
«Металлоинвест»
МТС
Национальный расчетный депозитарий
«Нестле»
«Новикомбанк»
«Норильский никель»
ОМК
«Петропавловск», группа
«Ростелеком»
«РУСАЛ»
«Русский Стандарт», холдинг
«Салым Петролеум Девелопмент Н. В.»
«Самсунг Электроникс Рус Компани»
«Сахалин Энерджи»
Северский трубный завод
«Северсталь»
Синарский трубный завод
«Ситибанк»
СУЭК
«Тетра пак»
ТМК
«ТРАНСАЭРО»
«УРАЛХИМ»
«Филип Моррис Интернэшнл»
«Эксон Нефтегаз Лимитед»
«ЭЛЬДОРАДО»
«ЮниКредит Банк»

ЧЛЕНЫ ЖЮРИ И ЭКСПЕРТЫ

Аларичева Марина, директор аналитического центра «Русфонда»

Амбиндер Лев, президент «Русфонда»

Башкирова Ольга, генеральный директор Благотворительного фонда «РЕНОВА»

Благов Юрий, директор Центра КСО «ПрайсвотерхаусКуперс», СПбГУ

Болдырева Александра, руководитель программ Форума Доноров

Герасимова Светлана, директор Института гуманизации бизнеса

Горелик Александр, и. о. директора Информационного центра ООН в Москве

Данилова Юлия, главный редактор портала «Милосердие.ру»

Дмитриенко Екатерина, координатор программы КСО PwC в России

Ефремова-Гарт Ирина, руководитель программ Форума Доноров

Ильина Татьяна, заместитель директора, руководитель Отдела искусств Британского Совета в России

Кларин Михаил, д. п. н., Институт стратегии развития образования РАО

Копылова Галина, советник Центра корпоративной социальной ответственности и нефинансовой отчетности РСПП

Лившин Александр, заместитель декана по международным связям ФГУ МГУ им. М. В. Ломоносова

Петрова-Лемачко Алла, заместитель директора Свердловской государственной филармонии по развитию

Плужник Екатерина, руководитель отдела корпоративной и социальной ответственности Росбанка

Прохорова Инна, генеральный директор БФ «Катрен»

Ракчеева Юлия, ведущий советник отдела развития некоммерческого сектора экономики Департамента социального развития и инноваций Минэкономразвития России

Сидлина Лия, менеджер по корпоративной социальной ответственности «БАТ Россия»

Склоцкий Роман, директор по благотворительным проектам в RVVZ Foundation

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

Темичева Елена, главный редактор Агентства социальной информации

Тихонович Лидия, обозреватель портала «Филантроп»

Ткаченко Борис, руководитель Международного форума лидеров бизнеса (IBLF)

Трахтенберг Елена, заместитель руководителя программы IBLF «Молодежный бизнес России»

Феоктистова Елена, директор Центра КСО и нефинансовой отчетности РСПП

Шадрин Артем, директор департамента социального развития и инноваций Минэкономразвития России

Ясинская Елена, начальник отдела развития некоммерческого сектора экономики Департамента социального развития и инноваций Минэкономразвития России

О ПОБЕДИТЕЛЯХ РЭНКИНГА

Лия Сидлина
менеджер по корпоративной социальной ответственности «БАТ Россия»,
эксперт жюри

Подведены итоги очередного проекта «Лидеры корпоративной благотворительности». Интрига раскрыта. Первые в рэнкинге — компании, год за годом улучшающие свой подход к благотворительным инициативам. За рамками заполненных анкет — огромная работа, направленная на то, чтобы часть (часто даже очень существенная) прибыли крупных коммерческих организаций грамотно и прозрачно помогала решению насущных социальных задач, делая окружающий мир лучше, комфортнее и безопаснее.

За время существования рэнкинга прослеживается весьма позитивный тренд — благотворительность в России от хаотичной, непонятной и непрозрачной движется к более цивилизованной модели, охватывает все больше компаний и разные слои населения. На глазах социальные проблемы, решение которых потребовало бы годы, начинают сглаживаться. Почивать на лаврах рано, впереди — большой путь, ведь среди участников рэнкинга сегодня, к сожалению, далеко не все компании, работающие в России. Но тренд позитивный, пример заразительный — мы видим, как количество участников рэнкинга растет год от года. В 2008 году их было 26, а сегодня уже 65.

О победителях. Среди них — крупнейшие холдинги страны, представляющие топливную промышленность и горнодобывающую, металлургическую отрасли.

Сотни тысяч сотрудников, десятки регионов присутствия. Каждый из нас так или иначе использует продукцию этих компаний.

Но все эти компании объединяет не только размах бизнеса, количество сотрудников и партнеров, размер получаемой прибыли. Компании-победители — это образец современного структурированного и прозрачного подхода к такой непростой сфере деятельности, как устойчивое развитие. А как известно, устойчивое развитие бизнеса невозможно без учета пожеланий и потребностей всего спектра заинтересованных в бизнесе сторон, внесение посильного вклада в поступательное развитие общества и защиту окружающей среды.

Благотворительные проекты, социальные инвестиции компаний все более глубоко внедряются в стратегию развития бизнеса. Наличие специальных подразделений и выделенных сотрудников, привлечение надежных и компетентных партнеров со стороны НКО и государственных институтов, подробное прописывание целей и задач каждой конкрет-

ной благотворительной инициативы, оценка результатов силами внешних и внутренних экспертов — так серьезно сегодня крупные компании подходят к реализации социальных инициатив.

У каждого из победителей — свое направление благотворительной работы, но их объединяет стремление к достижению долгосрочных результатов и максимального социального эффекта. Например, разделившие первое место компании «Северсталь» и «Газпром». Программа «Дорога к дому» «Северстали», направленная на комплексную профилактику социального сиротства и правонарушений среди несовершеннолетних, начавшаяся в Череповце в 2006 году, давно перешагнула за пределы одного города и во многом стала эталоном программы, направленной на решение проблем сиротства. Ее результаты впечатляют — благодаря постоянной работе с кровными и приемными семьями, детскими учреждениями, социальными педагогами и добровольцами, сотни детей остались в родной семье или нашли новых родителей. Законные интересы детей защищают профессиональные юристы, потенциальные усыновители проходят Школу приемных родителей. Работа социальных педагогов и психологов с молодыми мамами помогает им принять правильное решение и не отказываться от новорожденных детей, несмотря на жизненные трудности и невзгоды. Но и это еще не все. Как закономерное развитие программы при поддержке Министерства экономического развития РФ был создан Межрегиональный информационно-методический ресурсный центр для социально-ориентированных НКО. Лучшие практики в сфере социального сиротства теперь развиваются дальше и тиражируются по всей России. Городская программа выросла до крупнейшей инициативы государства, бизнеса и НКО, направленной на решение одной из острых проблем современности — сиротства.

«Газпром нефть» — не только крупнейший представитель топливной промышленности России. Программа социальных инвестиций компании «Родные города» — один из самых ярких примеров современного и продуманного подхода к благотворительной деятельности. Партнерство с НКО, местными властями и жителями пришло на смену привычной донорской поддержке инициатив и адресной помощи. Грантовый конкурс, проводимый в рамках программы, открывает возможности для решения самого широкого спектра социальных проблем регионов присутствия компании — от сохранения культурных традиций до воспитания подрастающего поколения и улучшения уровня жизни социально незащищенных групп населения. На сайте программы каждый может ознакомиться с направлениями работы, реализованными инициативами, новостями и с помощью обратной связи задать интересующие вопросы.

В «Металлоинвесте» благотворительная деятельность вписана в стратегию устойчивого развития компании. Специальное подразделение — департамент социальной политики — разрабатывает социальную стратегию, реализует социальные инициативы и оценивает результаты каждого проекта по ключевым индикаторам. Совет директоров компании выделяет ежегодно фиксированный бюджет на благотворительные инициативы, не забывая учесть в нем административные расходы на проекты (размер таких расходов варьируется от 10 до 20% бюджета проекта). Компания не принимает единоличных решений о поддержке той или иной инициативы, а активно вовлекает в обсуждения все заинтересованные стороны — представителей местных администраций, профессиональные сообщества, НКО и жителей. Поэтому любая инициатива учитывает ответственность каждой вовлеченной стороны, что позволяет мотивировать всех участников процесса. Результат программ оценивается как внешними, так и внутренними экспертами, что позволяет сделать необходимые выводы для повышения эффективности работы программы и возможности ее дальнейшего тиражирования, оценки работы менеджмента, достигнутом социальном эффекте. Таким образом, благотворительная деятельность компании ведется в точности, как основная коммерческая, — что говорит о серьезности и долгосрочности социальных инициатив. Поэтому вполне закономерно, что результаты благотворительных программ компании привлекают внимание не только экспертного сообщества. Так, например, распространение культуры социального проектирования среди школьников в рамках программы «Школа полезного действия» — неочевидный для многих, но очень действенный механизм воспитания социальной активности детей и подростков.

Немногое было известно о благотворительной деятельности компании «Сахалин Энерджи» еще несколько лет назад. А сегодня третье место компании в рэнкинге «Лидеров корпоративной благотворительности» видится вполне заслуженным, и минимальный разрыв с первым и вторым местом может быть легко преодолен в 2015 году.

Основа благотворительной деятельности компании — конкурсное распределение средств. Этот максимально прозрачный и эффективный механизм, отлаженные процессы которого полностью соответствуют бизнес-процессам компании. Среди успешных проектов компании хочется особенно отметить проект «Безопасность — это важно!», в рамках которого совместно с МЧС России разрабатываются и распространяются методические материалы о безопасном поведении в различных ситуациях. Так как основная аудитория программы — это дети, то для обеспечения заинтересованности в получении и усвоении материала созданы, на мой взгляд, самые оптимальные и доходчивые инстру-

менты — комиксы, мультфильмы, памятки и конкурсы творческих работ. Данный проект достоин самого широкого тиражирования, он дает возможность самой важной аудитории — нашим детям — быть готовыми к чрезвычайным ситуациям, которые могут произойти не только на далеком полуострове, но и в любом месте России.

Победители и участники рэнкинга 2015 получили заслуженные награды. Но работа в области благотворительных инициатив продолжается. И даже те компании, которые раньше по разного рода причинам не считали возможным говорить о своей деятельности открыто («благотворительность должна быть молчаливой», «бери добро и кидай его в воду»), начинают задумываться о том, что это не так уж и плохо — рассказать обществу о тех проектах и инициативах, которые проводит бизнес в местах своего присутствия. А самым лучшим результатом конкурса мне видится не PR в газете «Ведомости» (что само по себе очень даже неплохо), а возможность компаний учиться друг у друга, тиражировать программы, объединять усилия для решения существенных общественных проблем. И вероятно, в одном из будущих рэнкингов обязательно появится специальная номинация — для организации, реализовавшей благотворительный проект, который получил самое широкое тиражирование и привлек наибольшее количество партнеров.

Раздел 3
Конкурс благотворительных программ

Общие требования

К участию в конкурсе допускались программы, соответствующие критериям прозрачности, имеющие четкую и последовательную стратегию. Программы должны были быть реализованы в течение 2014 года. Если программа рассчитана на несколько лет, необходимо было указать ее общую продолжительность и описать деятельность в 2014 году.

Номинация

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

Партнер номинации:

Министерство экономического развития Российской Федерации

Министерство экономического развития
Российской Федерации

Какие проекты рассматриваются:

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

Приоритет:

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

Артем Шадрин,
директор Департамента социального развития и инноваций Министерства экономического развития РФ

Министерство экономического развития Российской Федерации ежегодно принимает участие в проекте «Лидеры корпоративной благотворительности», направленном на выявление передовых практик корпоративной социальной ответственности, реализации благотворительных программ, содействия развитию социального партнерства.

В ходе реализации проекта Минэкономразвития России в рамках номинации «Лучшая программа (проект), способствующая развитию инфраструктуры деятельности некоммерческих организаций, благотворительности и добровольчества в регионе присутствия компании» традиционно поддерживает лучшие социальные программы компаний-участников, направленных на поддержку общественно-полезных инициатив, создание новых форм социального партнерства, решение социальных проблем при участии органов власти и некоммерческих организаций.

Ежегодно количество бизнес-структур, уделяющих внимание реализации социальных и благотворительных программ в регионах своего присутствия, увеличивается. В связи с этим, на наш взгляд, стоит уделить особое внимание программам поддержки ресурсных центров, фондов местных сообществ и иных организаций.

Деятельность ресурсных центров направлена на развитие некоммерческого сектора в регионах — от организации различных мероприятий, консультаций, программ методической поддержки НКО до вопросов содействия органам государственной власти в развитии некоммерческого сектора. При этом деятельность таких ресурсных центров может распространяться сразу на несколько субъектов Российской Федерации.

На наш взгляд, роль таких ресурсных центров могут играть и бизнес-структуры, в особенности те, география которых распространяется на несколько регионов присутствия. В качестве примера стоит привести программу грантового конкурса социальных инициатив «Газпром нефти» в рамках программы социальных инвестиций «Родные города», ставшей победителем номинации Минэкономразвития России в 2015 году.

Первоначально грантовый конкурс, целью которого является содействие решению социально значимых проблем общества или отдельных социальных групп общества, развитию некоммерческих и муниципальных организаций регионов присутствия компании, был реализован в Оренбургской области в 2013 году. В 2014 году конкурс был проведен уже в пяти регионах присутствия компании: Омской, Томской и Орен-

бургской областях, Ямало-Ненецком автономном округе и Ханты-Мансийском автономном округе — Югре.

Также «Газпром нефть» является хорошим примером сотрудничества бизнеса и органов власти. На наш взгляд, выявление направлений, где совпадает видение бизнеса и власти, и инициирование активности по этим направлениям может стать одним из приоритетных задач деятельности государственной власти по поддержке некоммерческого сектора. При этом целями бизнеса должны стать не только финансирование и инициирование проектов, но и трансфер из сферы бизнеса в сферу НКО управленческих навыков и компетенций.

В этом году мы рассмотрели десять программ, которые описывают разные подходы бизнеса к решению вопроса развития инфраструктуры благотворительности. Третье место в конкурсе заняла программа компании «ЕВРАЗ» — грантовый конкурс поддержки социально значимых проектов, направленных на развитие социальной сферы города Качканар. На втором месте программа компании «Ростелеком» «Проект РОСТ» — Развитие, Образование, Социализация и Трудоустройство для воспитанников и выпускников детских домов и интернатов и детей, оставшихся без попечения родителей. Победителем в номинации в этом году признан грантовый конкурс поддержки социальных инициатив «Газпром нефти» в рамках программы социальных инвестиций «Родные города».

Хотелось бы поздравить победителей и особо отметить высокий уровень представленных программ, творческий подход и системность реализации.

I место

Проведение грантового конкурса социальных инициатив «Газпром нефти» в рамках программы социальных инвестиций «Родные города»

Цели программы:

способствовать решению социально значимых проблем общества, развитию некоммерческих и муниципальных организаций регионов присутствия компании, вовлечение местного сообщества в деятельность по повышению качества жизни территорий присутствия компании

Сроки реализации:

с 2013 года

Бюджет:

31,75 млн рублей

Целевая аудитория:

жители регионов, бизнес, власть, НКО, местные сообщества

Описание программы:

В 2013 году актуализация концепции региональной политики стала одной из основных задач компании. Это было обусловлено новыми вызовами внешней среды: регионализацией экономической и политической повестки, усложнением регионального ландшафта, формированием запроса населения на качественную социальную среду и общим повышением социальной активности населения.

С учетом этих вызовов необходимо было провести исследования, включающие анализ текущих проектов компании в области региональной политики, и их содержательную доработку. Также стояла задача выработать меры по повышению качества управления и репутационной отдачи от проектов, которым компания оказывает поддержку. Необходимо было сфокусироваться на флагманских проектах, содержащих

наибольший потенциал для усиления репутации и получения синергетического эффекта в маркетинге и развитии персонала.

Компания провела два социологических исследования: «Изучение мнений и представлений целевых аудиторий территорий присутствия» и «Анализ восприятия социальной политики и реализованных компанией социальных проектов за период с 2007 по 2013 год». Исследования показали необходимость усиления работы с социальной проблематикой через инструменты региональной политики.

В ходе исследований было выявлено, что число людей, которые удовлетворены своим материальным положением, растет, однако это не является драйвером для роста социального оптимизма. Была отмечена перефокусировка внимания с вопросов выживания и безопасности на вопросы качества жизни. Граждан беспокоит вопрос сохранения достигнутого уровня жизни и уровня гарантий, повышаются требования к качеству социальных сервисов (прежде всего образования и медицины), возможностям проведения досуга, качеству жилья, городской среды и экологии.

Результаты исследования также показали, что обеспечение финансовой стабильности не является достаточным фактором поддержания благоприятного социального климата в ключевых регионах присутствия компании, особенно в тех городах, где ощутимая часть населения — это работники компании и члены их семей.

Одновременно с этим была отмечена активизация социальной и коммуникативной активности населения, рост социального активизма. Практически во всех городах присутствия компании существуют многотысячные городские сообщества в социальных сетях. Участники сообществ обсуждают наиболее острые проблемы городов, формулируют общие интересы, объединяются для решения общих задач. Наличие таких сформированных социально активных сообществ позволило внедрить новый инструмент социальных инвестиций. По результатам исследований в компании была внедрена практика проведения грантовых конкурсов социальных инициатив в ключевых регионах присутствия.

Грантовый конкурс предполагает оценку потребностей региона в решении социально значимых проблем, а также выявление, поддержку и реализацию лучших социальных проектов НКО и инновационных механизмов решения социальных проблем в сфере развития спорта, культуры и городской среды.

Пилотный проект был реализован в 2013 году в Оренбургской области. При этом большое значение было уделено взаимодействию с различными заинтересованными сторонами. К реализации проекта уже на начальном этапе были привлечены лучшие российские эксперты в области социального.

При разработке документации конкурса были проведены консультации с представителями муниципальных органов власти области, некоммерческих и муниципальных организаций (потенциальными участниками конкурса). В ходе этих встреч были определены направления конкурса, а также скорректированы форма подачи заявки и критерии оценки заявок. Для потенциальных грантополучателей был проведен специальный анонсирующий семинар, посвященный проблематике социального проектирования, с участием ведущих экспертов в этой области.

Важными элементами реализации проекта стали бесплатная телефонная горячая линия для консультаций потенциальных участников конкурса, широкая анонсировавшая конкурс кампания в СМИ области и специально разработанная онлайн-система подачи заявок. Примененные вместе, эти инструменты позволили максимально упростить процедуру подачи заявок на конкурс.

Всего на конкурс в 2013 году было подано 38 заявок, 37 из них были допущены к рассмотрению, а победителями были признаны 12 заявок на сумму около 1,6 млн рублей.

При реализации пилотного проекта была внедрена трехступенчатая система оценки заявок. На первом этапе оператор конкурса оценил все поданные заявки на соответствие формальным критериям конкурса и определил заявки, которые соответствуют этим критериям. На втором этапе отобранные заявки оценивали три эксперта из числа представителей НКО, представителей компании и органов власти, по итогам был составлен экспертный рейтинг заявок. На третьем этапе было организовано очное заседание грантовой комиссии, которая рассмотрела заявки и с учетом экспертного рейтинга выбрала проекты — победители конкурса. В состав грантовой комиссии вошли представители компании, органов власти районов Оренбургской области, бизнес-объединений, НКО и СМИ.

По итогам рассмотрения проектов для всех участников конкурса были организованы два семинара. Первый из них был посвящен разбору типичных ошибок и недочетов при заполнении заявок, в ходе этого семинара дополнительно был проведен опрос участников конкурса, который впоследствии позволил существенно упростить форму заявки. Второй семинар был посвящен основным аспектам реализации проектов, победивших в конкурсе.

В целях сопровождения проектов, победивших в конкурсе, силами оператора конкурса был организован ежемесячный мониторинг реализации проектов. В наиболее значимых мероприятиях в рамках каждого проекта приняли участие представители компании. По итогам реализации проектов каждый грантополучатель подготовил содержательный и финансо-

вый отчеты с результатами проекта, которые прошли предварительную проверку со стороны оператора конкурса. Дополнительно был проведен опрос грантополучателей с целью упрощения пакета документов конкурса.

Результаты пилотного проекта по проведению грантового конкурса были рассмотрены на заседании правления компании в ноябре 2013 года. По итогам заседания было решено расширить территорию проведения конкурса в 2014 году и развивать эту практику.

В 2014 году конкурс был проведен уже в пяти регионах присутствия компании: Омской, Томской и Оренбургской областях, Ямало-Ненецком автономном округе и Ханты-Мансийском автономном округе — Югре.

Реализация пилотного проекта позволила существенно упростить как форму подачи заявки, так и формы отчетности по итогам реализации проекта. Была также усовершенствована онлайн-система подачи заявок, а также скорректированы критерии и процедуры оценки заявок. В частности, была изменена балльная система оценки заявок экспертами, а также было решено не привлекать к составлению экспертного рейтинга представителей компании, участвовавших впоследствии в заседании грантовой комиссии. Каждая заявка, допущенная на конкурс, стала оцениваться тремя экспертами (по одному представителю органов власти, бизнеса и НКО). В целях обеспечения прозрачности процедур в состав грантовой комиссии было включено больше представителей СМИ, бизнес-ассоциаций территорий присутствия и представителей партнеров компании.

Важным аспектом конкурса стало соблюдение баланса между общими для всех территорий принципами проведения конкурса, с одной стороны, и спецификой отдельных территорий — с другой стороны.

В качестве направлений конкурса были обозначены пять направлений программы социальных инвестиций «Родные города»:

«Города для людей» — проекты, направленные на улучшение условий жизни в городах для граждан в целом и для отдельных групп населения (в том числе проекты в сфере экологии, организации доступной среды для людей с ограниченными возможностями здоровья, безопасной среды для детей и молодежи, развития толерантности в обществе и др.); проекты должны предполагать вовлечение в реализацию тех категорий граждан, на кого они направлены;

«Новые горизонты» — проекты, направленные на поддержку сферы образования, реализуемые как профессиональными учреждениями, так и другими организациями (в том числе проекты, направленные на дополнительное образование, воспитание, просвещение детей, молодежи и других возрастных групп, создание и внедрение современных

образовательных технологий, создание и развитие благоприятной образовательной среды, в том числе для людей с ограниченными возможностями и др.).

«Месторождения побед» — проекты по поддержке непрофессионального, детского и массового спорта (в том числе дворового спорта, секций и клубов по отдельным видам спорта, спортивных занятий в школах, вовлечение в спорт отдельных групп населения, пропаганда здорового образа жизни и др.).

«Культурный код» — социокультурные проекты и проекты по сохранению культурного наследия (в том числе поддержка национальных традиций, развитие новых направлений деятельности культурных учреждений, поддержка кружков и самодеятельных клубов, поддержка новых подходов и практик в организации музейного дела и др.).

«Сохраняя традиции» — проекты, направленные на сотрудничество с коренными малочисленными народами Севера (в том числе проекты по сохранению культурного наследия и уникальной этнической самобытности народов, сохранению национальной самобытности коренных малочисленных народов Севера и традиционных видов их хозяйственной деятельности).

В то же время перечень направлений конкурса по отдельным территориям проведения был сформирован по итогам встреч с представителями органов власти, компании и местных общественных и муниципальных организаций. Например, в г. Муравленко в связи с проведением окружного и муниципального конкурса грантов для образовательных учреждений было решено не включать направление «Новые горизонты».

К участию в конкурсе были приглашены:

- зарегистрированные общественные, благотворительные, некоммерческие организации;
- государственные и муниципальные учреждения (вузы, школы, социальные учреждения и др.);
- зарегистрированные органы территориального общественного самоуправления.

Также были определены категории организаций, которые не могут принимать участие в конкурсе. Ими стали политические партии и движения, религиозные организации, органы муниципальной, представительной и исполнительной власти, коммерческие структуры, профсоюзные организации и частные лица.

Всего на конкурс в 2014 году было подано 297 заявок, 264 из которых были допущены к рассмотрению по результатам предварительной

оценки на соответствие формальным критериям конкурса. Наибольшая активность была отмечена в г. Омске (113 заявок), а также в Томской области (51 заявка). По итогам конкурса было выделено финансирование на реализацию 71 проекта, из них 17 проектов — в Оренбургской области, 14 проектов — в Томской области, 12 проектов — в Омской области.

Распределение заявок по направлениям:

- «Города для людей»: 12 проектов,
- «Новые горизонты»: 20 проектов,
- «Месторождения побед»: 14 проектов,
- «Культурный код»: 24 проекта,
- «Сохраняя традиции»: 1 проект.

Роль компании не ограничивается лишь сбором информации и отчетности. В ходе мониторинга определяются те мероприятия проектов, которые целесообразно посетить представителям компании, а также те мероприятия, в которых могут быть задействованы волонтеры из числа сотрудников компании. Через СМИ местные сообщества регулярно информируются о ходе реализации проектов. Активная позиция грантополучателей в отношении использования ресурсов СМИ позволяет привлечь дополнительных участников мероприятий, реализуемых в рамках проектов.

Грантовый конкурс показал, что за счет вовлечения местного сообщества проекты приобретают большую социальную значимость. Кроме того, существенно расширяется круг возможных идей для социального проекта на территории. Было решено сделать специальные разделы на портале grant.rodnyegoroda.ru, на котором размещены информация и фотоматериалы по части проектов.

По итогам реализации проектов была проведена оценка достигнутых результатов, предполагающая соотнесение полученных результатов проекта с теми количественными и качественными показателями, которых планировалось достичь изначально.

В результате было принято решение о проведении подобных конкурсов на ежегодной основе. Кроме того, постоянное взаимодействие с участниками позволило скорректировать некоторые параметры конкурса 2015 года. Проведение грантовых конкурсов социальных инициатив также стало одной из основных тем общественных слушаний, проведенных в формате круглых столов в г. Оренбурге и в г. Муравленко (ЯНАО). В мероприятиях приняли участие представители Корпоративного центра и дочерних обществ компании, представители органов власти, эксперты

в области КСО и благотворительности, представители общественных и некоммерческих организаций, образовательных учреждений и СМИ.

В частности, участники круглого стола в г. Оренбурге сформулировали для компании следующее предложение: организовать обмен опытом между грантополучателями и тиражирование успешного опыта реализованных проектов одной территории на другую, включая проведение мастер-классов, семинаров, поездок для ознакомления и т. д. Участники круглого стола в г. Муравленко предложили расширить перечень направлений грантового конкурса. Оба предложения учтены при проведении грантового конкурса социальных инициатив в 2015 году.

Ключевой показатель эффективности грантового конкурса — доля проектов, которые существуют в настоящее время уже вне рамок конкурса без финансовой поддержки со стороны компании. Исследование по определению данного показателя с участием оператора конкурса будет проведено до конца 2015 года.

Елена Ясинская, Минэкономразвития:

«Проект "Газпром нефти" является отличным примером взаимодействия бизнеса и общественных организаций, развития добровольчества и благотворительности в регионах присутствия компании».

II место

«Проект РОСТ» – Развитие, Образование, Социализация и Трудоустройство для воспитанников и выпускников детских домов и интернатов и детей, оставшихся без попечения родителей, ОАО междугородной и международной электрической связи «Ростелеком»

Цели программы:

обеспечить воспитанников и выпускников детских домов и интернатов доступом к качественному индивидуальному образованию и заинтересовать их процессом обучения; через образование обеспечить всестороннее развитие, социализацию достойное трудоустройство

Сроки реализации:

с 2008 года

Бюджет:

3,6 млн рублей

Целевая аудитория:

воспитанники и выпускники детских домов и интернатов, находящихся в основном в отдаленных регионах

Описание программы:

В настоящее время активно обсуждается проблема социализации выпускников детских домов. Наиболее важными аспектами проблемы социализации являются недостаточное развитие детей, отсутствие адекватного образования, мотивации к учебе и работе. Опыт показывает, что привлечение детей к образованию, повышение его уровня закладывает основу для решения этой проблемы.

Идея проекта состоит в том, чтобы предоставить возможность всестороннего образования всем воспитанникам детских домов и интернатов, независимо

от их расположения. Большинство детских домов и интернатов расположены в городах масштаба ниже районного центра, куда не всегда могут доехать не только специалисты, но и спонсоры и волонтеры. Таким образом, единственный способ достижения поставленной цели — организация качественного онлайн-образования, открытие доступа к знаниям через общение в сети интернет для воспитанников и выпускников детских домов и интернатов в отдаленных регионах России. Техническую возможность могут обеспечить телекоммуникационные компании, охватывающие скоростным интернетом все более отдаленные районы.

Задачи проекта: организовать, обеспечить и поддерживать образовательный процесс через интернет (онлайн-образование) в детских домах и интернатах отдаленных районов и других учреждениях, работающих с воспитанниками и выпускниками детских домов и интернатов.

Реализация проекта происходит в постоянном взаимодействии с директорами детских домов в регионах и администрациями областей.

Включение в проект детского дома происходит в следующей последовательности:

1. Осуществляется контакт с администрацией детского дома и выясняется возможность осуществления проекта: наличие детей, потенциально желающих повысить свой уровень образования, наличие помещения для интернет-класса, компьютеров, подключения к высокоскоростному интернету.
2. Организуется подключение к интернету детского дома.
3. Осуществляется поставка компьютеров и оргтехники.
4. Проводится обучение куратора компьютерного класса.
5. Дети привлекаются к занятиям, для каждого ребенка разрабатывается индивидуальный план занятий, начинаются регулярные онлайн-занятия.

Проект легко мультиплицируется. Кроме того, схема проекта позволяет легко включаться в него другим общественным организациям, занимающимся помощью воспитанникам и выпускникам детских домов.

Оперативными (рабочими) партнерами проекта являются благотворительные фонды «Дети Наши» (Москва), «Рауль» (Санкт-Петербург), «С любовью к детям» (Брянск).

Важной особенностью проекта является возможность задействовать талантливых, высокопрофессиональных преподавателей со всех уголков страны. К занятиям привлекаются преподаватели из Красноярска, Омска, Ростова-на-Дону, Самарской области, Санкт-Петербурга, Свердловской области, Татарстана, Дубны, Москвы и Московской области. Иностранным языком с детьми занимались волонтеры и преподаватели из Голландии, Франции и США.

РЕЗУЛЬТАТЫ

На период 2014 года проект охватывал 34 учреждения для воспитанников и выпускников детских домов и интернатов в 15 регионах России: Архангельская, Брянская, Владимирская, Ивановская, Калужская, Кировская, Костромская, Ленинградская, Московская, Рязанская, Саратовская, Смоленская, Тверская, Тульская, Ярославская области. В 2014—2015 учебных годах количество детей, охваченных проектом, выросло с 149 до 236. Проведено около 4 000 учебных занятий по основным школьным предметам: математике, русскому языку, иностранному языку, физике, химии, биологии, обществознанию. Большинство выпускников — учащихся 9 и 11 классов — успешно сдали государственные выпускные экзамены.

Поскольку участие детей в проекте абсолютно добровольное, то основным количественным критерием оценки его успешности является количество учащихся, которое растет с каждым годом, и количество охваченных проектом учреждений и регионов. К качественным критериям относятся общее повышение успеваемости детей, успешная сдача государственных экзаменов, более внимательное отношение к учебе, корректировка жизненных планов детей, позитивные изменения в поведении и т. д.

Областные администрации получают исключительно положительные отклики от директоров детских домов, участвующих в проекте. «Проект РОСТ» находит отражение в местных СМИ, в частности в Костромской области, где он освещался на местном телевидении, во Владимирской области. Проект активно поддерживается департаментами образования и соцзащиты в Тульской, Ивановской и Владимирской областях. В последнее время отмечается рост числа администраций детских домов и связанных с ними общественных организаций, желающих включить в проект свои детские дома.

ПЛАН РАЗВИТИЯ ПРОЕКТА

«Проект РОСТ» предусматривает включение всех детских домов и интернатов, в которых возможно организовать дистанционное обучение детей, а также социально-реабилитационных центров для детей, попавших в трудную жизненную ситуацию. Планируется расширить образовательную поддержку на детей, поступивших в колледжи и вузы.

Юлия Ракчеева, Минэкономразвития:

«Уникальный социально значимый проект, направленный на организацию онлайн-образования воспитанников детских домов. География проекта имеет широкие горизонты развития, в него легко включаются как общественные организации, детские дома, так и бизнес-структуры».

ЕВРАЗ

III место

Конкурс социально значимых проектов «Город друзей – город идей», «ЕВРАЗ»

Цели программы:

развитие общественной инициативы и поддержка социально значимых проектов, направленных на развитие социальной сферы города Качканара

Сроки реализации:

с 2007 года

Бюджет:

1 млн рублей

Целевая аудитория:

жители города, НКО, муниципальные учреждения, инициативные группы граждан, благотворительные и иные фонды

Описание программы:

Грантовый конкурс «Город друзей — город идей» проводится в Качканаре с 2007 года. Качканар — моногород в Свердловской области с населением более 40 тысяч человек. Жизнь большинства из них связана с ЕВРАЗ Качканарским горно-обогатительным комбинатом, одним из крупнейших в России предприятий по добыче железной руды и производству железорудного сырья. Придумывая концепцию конкурса, команда «ЕВРАЗа» стремилась дать жителям возможность реализовать в родном городе собственные проекты, направленные на улучшение качества жизни. Идея нашла живой отклик: каждый год на конкурс подаются около 50 социально значимых проектов, более десяти выигрывают денежные гранты. За годы проведения «Города друзей — города идей» Качканар заметно преобразился: здесь открылись спортивные и музыкальные секции, клубы по интересам, появились новые детские площадки, были отремонтированы дворы, воплощены в жизнь программы поддержки пожилых людей, ветеранов, детей с особенностями развития.

ЗАДАЧИ:

- подготовка, конкурсный отбор и реализация конкретных проектов, программ, мероприятий и акций, направленных на развитие социальной сферы города Качканар;
- сотрудничество с городскими властями, общественными организациями, социальными службами и СМИ;
- координация усилий и организация взаимодействия всех заинтересованных сторон.

СОТРУДНИЧЕСТВО

В рамках реализации проекта «ЕВРАЗ» активно сотрудничает с несколькими общественными и муниципальными организациями, представители которых являются волонтерами проекта:

- администрация г. Качканара, сотрудники Управления образованием г. Качканара, Дума КГО: материалы конкурса размещаются на ресурсах администрации и управления;
- общественное детское молодежное движение «Сталкер»: оказывает помощь в организации и месте проведения консультаций по социальному проектированию с активной молодежью и подростками г. Качканара;
- дворец культуры г. Качканара: руководство учреждения оказывает помощь по предоставлению зала дворца для проведения мероприятий по защите проектов и награждению победителей.

РАБОТА С ВОЛОНТЕРАМИ

Волонтерами проекта являются все авторы и рабочие группы предлагаемых и победивших на конкурсе проектов. В качестве поощрения волонтеров предусмотрена выплата гонораров авторам проекта в сумме не более 20% от бюджета проекта, однако большинство отказалось от выплаты в пользу приобретения необходимых для реализации мероприятий материалов. Также волонтеры проектов являются спикерами в информационных материалах о мероприятиях своего проекта

На мероприятиях проекта «"ЕВРАЗ": город друзей — город идей» присутствуют первые лица г. Качканара, представители администрации и думы города, почетные и известные горожане, которые оказывают реальное содействие продвижению и развитию проекта. Помощь оказывается безвозмездным предоставлением площадей для проведения внешних мероприятий проекта (выставки, акции, встречи), взаимодействием со СМИ, транспортными услугами.

РЕЗУЛЬТАТЫ

На конкурс был подан 41 проект, 12 из которых стали победителями и обладателями гранта до 100 тысяч рублей каждый:

1. «Безопасность с "ЕВРАЗиком"» («Дом детского творчества») — создание многосерийного мультфильма для детей «Безопасность с "ЕВРАЗиком"» об основах безопасной жизнедеятельности в г. Качканаре.
2. «Культура отдыха — культура горожан» (дворец культуры) — благоустройство территории, прилегающей к дворцу культуры, для создания привлекательной для горожан современной площадки городского масштаба для культурного досуга, развлечения и отдыха.
3. «Ни дня без дела» (молодежное движение «Сталкер») — развитие в городе деятельности добровольческого отряда.
4. «Перезагрузка» (Качканарская городская библиотека им. Ф. Т. Селянина) — социальная адаптация пожилых людей, проживающих на территории Качканарского городского округа, к современной компьютерной среде.
5. «Не стареют душой ветераны» (дворец культуры) — создание оптимальных условий для успешной социальной адаптации граждан пожилого возраста через их включение в различную социально-культурную и досуговую деятельность, развитие их творческих способностей, активизацию жизненной позиции, коммуникативных навыков, самореализацию в рамках творческого объединения «Ветеран» на базе клуба «Ветеран» поселка Валериановск.
6. «Проложи свою лыжню» (Валериановская СОШ) — пропаганда здорового и активного образа жизни подростков, жителей поселка, организация досуга в рамках спортивной лыжной секции и семейного «Клуба выходного дня на лыжах».
7. «Путь воина» (Городской центр досуга) — техническое оснащение клуба исторической реконструкции, созданного для воспитания у детей и молодежи чувства патриотизма и любви к Родине посредством изучения истории выбранного исторического периода и его дальнейшей реконструкции.
8. «Специальная олимпиада» (Качканарская специальная (коррекционная) общеобразовательная школа) — обеспечение занятий спортом детей с ограниченными интеллектуальными возможностями.
9. «Ребята с нашего двора» (Городской центр досуга) — приобретение современного спортивного, игрового инвентаря для организации и проведения программ, конкурсов, соревнований на дворовых площадках города Качканар, направленных на пропаганду здорового

образа жизни, организацию интересного и содержательного досуга детей и подростков.

10. «Спортландия» (ДЮСШ «Ритм») — создание условий для укрепления здоровья детей путем развития инфраструктуры спорта и приобщения детей и подростков к регулярным занятиям физической культурой и спортом. Установка городской спортивной площадки в 9-м микрорайоне.
11. «Страницы памяти» (Детская художественная школа) — создание условий для формирования у подростков гражданско-патриотических качеств; сохранение исторической памяти о героическом прошлом Отечества и родного края через создание мобильной выставки «Страницы памяти».
12. «Создание студии звукозаписи для детей» (МОУ ДОД «Дом детского творчества») — создание на базе «Дома детского творчества» студии звукозаписи для детей.

Проект получает активную поддержку в средствах массовой информации. За период проведения конкурса было опубликовано более 60 материалов о проектах и различных мероприятиях в рамках конкурса.

Проекты, победившие в конкурсе и получившие гранты, способствуют улучшению жизни в г. Качканаре, повышают культурный уровень населения, пропагандируют активный и здоровый образ жизни. Не менее важно, что жители Качканара осознают, что у них есть возможность изменить жизнь города к лучшему, реализовав свои идеи. Проекты — победители прошлых конкурсов успешно «работают» в городе, что служит еще одним доказательством жизнеспособности конкурса и дает дополнительную мотивацию тем, кто еще не сформулировал свое предложение для конкурса.

Юлия Ракчеева, Минэкономразвития:

«Проект способствует развитию общественной инициативы, поддержке социально значимых проектов, направленных на развитие социальной сферы, и улучшению жизни города Качканар. Стоит отметить высокий уровень организации и прозрачную конкурсную процедуру».

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, директор Центра корпоративной социальной ответственности и нефинансовой отчетности РСПП

Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП) поддерживает проект «Лидеры корпоративной благотворительности», в течение девяти лет выступает партнером конкурса социальных программ компаний. Учреждаемая РСПП номинация «Лучшая программа (проект), раскрывающая политику корпоративной благотворительности и принципы социальных инвестиций компании» традиционно привлекает значительное число участников. Обобщение опыта, накопленного за годы существования этой номинации, позволяет делать вывод о том, что все более целенаправленной и системной становится социальная деятельность компаний, связанная с их участием в развитии территорий присутствия. Она все чаще позиционируется как важный элемент стратегии бизнеса, реализуемой на основе принципов КСО.

Вопросы корпоративной социальной ответственности рассматриваются сегодня в широком контексте конкурентоспособной экономики и устойчивого социально-экономического развития общества, эффективного и бережного использования природных ресурсов, повышения качества человеческого потенциала и условий жизни граждан. Лучшие примеры социальной деятельности компаний демонстрируют понимание необходимости и стремление сочетать собственные интересы и интересы партнеров, вовлеченных в реализацию программ, в целях достижения большего эффекта и взаимной пользы.

Структура и результативность социальных инвестиций — это вопросы стратегии развития компании, в идеале определяющей направленность и приоритеты корпоративной благотворительности, выбор которых бизнес-организациями становится все более осознанным.

Многие компании сегодня строят работу на системной основе, создают 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 программы социальных инвестиций в местные сообщества.

В 2015 году в номинации РСПП были заявлены 22 программы. Экспертное жюри в этом году оказалось перед трудным выбором, поскольку многие участники конкурса заслуживают положительной оценки, а их программы — признания. Их отличает долгосрочная направленность и последовательность, творческий подход в реализации. Хотелось бы отметить, что описание многих программ показывает стремление компаний пред-

ставить системный подход к организации своей деятельности в этой области. Все в большей степени благотворительные программы компаний приобретают характер долгосрочных социальных инвестиций, что можно только приветствовать. В большинстве случаев проводится глубокий анализ ситуации, в партнерстве с местными органами власти и некоммерческими организациями выявляются наиболее актуальные проблемы, внедряются новые технологии.

Механизмы участия компании в проектах формируются на основе согласованного выбора приоритетов, распределения ответственности за исполнение, долевого финансирования, создания действенных механизмов контроля за использованием средств, обучения специалистов НКО принципам финансового и проектного управления.

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

Многие новые программы компаний, реализация которых начата в 2015 году, не ставшие победителями, имеют большой потенциал и все шансы стать победителями в дальнейшем.

Победителями в номинации признаны программы компаний ОАО «Газпром нефть» и АО «МХК "ЕвроХим"».

Программа социальных инвестиций «Родные города» в Оренбургской области ОАО «Газпром нефть» объединила в единый комплекс проекты, направленные на повышение качества жизни в городах присутствия, в том числе расширение доступа жителей к качественной городской среде, образованию, культуре и спорту, развитие потенциала коренных малочисленных народов Севера при сохранении их уникальной самобытности.

Программа «Качественная городская среда для жизни» АО «МХК "ЕвроХим"» реализуется в рамках стратегии компании по созданию качественной городской среды вокруг работников с использованием комплексного подхода, новых стандартов качества городской среды, новых инфраструктурных решений и перспективных технологий в области жилищного строительства и организации городских пространств.

Лауреатами признаны программы компаний ОК «РУСАЛ» и «ОХК "УРАЛХИМ"».

«Программа развития социального предпринимательства» ОК «РУСАЛ» осуществляется в рамках концепции повышения социально-экономической устойчивости регионов. Организаторы показали системность в реализации, эффективные подходы к социальному инвестированию, привлечение и консолидацию большего объема как корпоративных, так и партнерских ресурсов для развития социального предпринимательства.

Программа «"УРАЛХИМ" — детям» АО «ОХК "УРАЛХИМ"» — партнерская программа, направленная на содействие в решении социальных задач по созданию комфортных условий проживания населения, поддержке сферы образования, молодежи и снижение уровня ее миграции, а также обеспечения равных возможностей подрастающего поколения Кировской области.

Специальным дипломом за творческий подход в благотворительной деятельности и ее связь с продвижением бренда компании отмечен Всероссийский творческий благотворительный проект «Поколение М» ПАО «Мобильные ТелеСистемы».

Участие в конкурсе помогает компаниям совершенствовать организацию социальной деятельности, анализировать и улучшать свой опыт с учетом выявленной успешной практики других компаний в области социальных инвестиций, подвигает компании к осмыслению и более тщательной оценке качества и результативности собственных программ и проектов в сфере корпоративной благотворительности и их развитию.

Российский союз промышленников и предпринимателей с удовлетворением отмечает растущее количество компаний, заинтересованных в повышении эффективности социальных инвестиций и стандартов деятельности в области корпоративной благотворительности. РСПП выражает признательность организаторам конкурса, экспертам и всем участникам.

I место

Реализация программы социальных инвестиций «Родные города» в Оренбургской области, «Газпром нефть»

Цели программы:

улучшение качества жизни и формирование комфортной социальной среды через реализацию социальных инициатив для жителей территорий, включая работников и членов их семей, заинтересованных сторон и локальных сообществ

Сроки реализации:

с 2012 года

Бюджет:

98 млн рублей

Целевая аудитория:

государство, акционеры, потребители, местное сообщество, владельцы сельскохозяйственных земель

Описание программы:

В рамках своей производственной деятельности «Газпром нефть» придерживается принципов социальной ответственности, активно участвует в социальном развитии, направляя свои усилия на повышение качества жизни в регионах своего присутствия.

В 2013 году «Газпром нефть» запустила программу социальных инвестиций «Родные города», которая объединила весь накопленный с 2006 года опыт компании в реализации социальных проектов, а также определила ключевые подходы к реализации новых проектов. «Родные города» — это комплексная программа социальных инвестиций «Газпром нефти», которая объединяет серию проектов, направленных на повышение качества жизни в городах присутствия компании, расширение доступа жителей к качественной городской среде, образованию, культуре и спорту,

а также развитие потенциала коренных малочисленных народов Севера при сохранении их уникальной самобытности.

В 2011 году компания приобрела новые активы в Оренбургской области — Царичанское, Капитоновское и Балейкинское месторождения, а также стала развивать существующий актив — восточный участок Оренбургского нефтегазоконденсатного месторождения. Согласно стратегии компании, Оренбургская область — новый перспективный центр добычи «Газпром нефти».

Превращение активов в полноценное добывающее предприятие «Газпром нефть Оренбург» стало настоящим вызовом для компании, которая никогда ранее не вела свою деятельность в таких земледельческих регионах, как Оренбуржье. Предприятию необходимо было пройти полный цикл движения по проектному конвейеру, учитывая при этом непосредственную близость предприятия с поселениями районов области с развитым сельским хозяйством. Этот фактор определил достаточно сложные условия в выстраивании взаимоотношений с заинтересованными сторонами. Для того чтобы обеспечить защиту интересов ключевых стейкхолдеров, минимизировать риски возникновения противодействия населения и обеспечить устойчивый рост развития компании, «Газпром нефть Оренбург» начала реализацию программы социальных инвестиций в районах, затронутых производственной деятельностью — в Оренбургском, Новосергиевском, Переволоцком районах и в г. Оренбурге.

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ

1. Обеспечение экологической безопасности и развитие природоохранной деятельности.
2. Создание современной социальной инфраструктуры, развитие материально-технической базы объектов физической культуры и спорта, медицины, образования, культуры, транспорта, инженерной инфраструктуры и других объектов социальной сферы.
3. Сохранение и привлечение высококвалифицированных кадров.

ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Программа социальных инвестиций «Родные города» имеет стратегический характер, планируется на год и проходит один и тот же проектный цикл:

1. Мониторинг развития территории, проведение диалога со стейкхолдерами, выявление актуальных социальных проблем.
2. Определение проектов социальных инвестиций для реализации в отчетном году.

3. Определение прогнозируемого социального эффекта, количественных и качественных показателей эффективности.
4. Формирование программы проектов исходя из прогнозируемой оценки социального эффекта для территории, репутационного и экономического эффекта для компании.
5. Мониторинг реализации проекта, достижение промежуточных целей, внесение корректировок.
6. Комплексная оценка проекта, включение лучших проектов в библиотеку успешных социальных практик компании для их тиражирования в других регионах присутствия.

На сегодняшний день осуществляется третий период реализации программы социальных инвестиций «Газпром нефть Оренбурга» с учетом уже достигнутых результатов и в соответствии со стратегией развития бизнес-инициатив компании.

Находясь в ежедневном непосредственном контакте с местными сообществами, компания направляет усилия на выстраивание конструктивного диалога со всеми заинтересованными сторонами, а также проводит исследования социального самочувствия жителей. В 2013 г. «Газпром нефть» провела в Оренбургской области два социологических исследования: «Изучение мнений и представлений целевых аудиторий территорий присутствия» и «Анализ восприятия социальной политики и реализованных компанией социальных проектов за период с 2007 по 2013 год». В рамках исследования были проведены опросы местного населения, серия экспертных интервью с представителями региональных и местных органов власти, активистами общественных организаций, фокус-группы с сотрудниками компании, активистами и местными жителями.

На основе проведенных исследований была произведена оценка уровня эффективности и востребованности социальных проектов компании, а также определены возможности для вовлечения в социальные и благотворительные инициативы сотрудников компании и местного населения. На основе результатов проведенных исследований было принято решение с 2013 года использовать на территории Оренбургской области полный перечень инструментов социальных инвестиций компании, а также внедрить и опробовать новый для компании инструмент — грантовый конкурс социальных инициатив «Родные города».

На территории Оренбургской области для реализации программы социальных инвестиций используются следующие инструменты:

Социально-экономические соглашения с территориями. Часть проектов, реализуемых в рамках программы социальных инвестиций «Родные города», утверждаются на уровне трехсторонних соглашений с Прави-

тельством Оренбургской области и муниципальными районами Оренбургской области. Предварительно компания проводит серию рабочих встреч с жителями населённых пунктов с участием представителей Администрации, в рамках которых определяются и обсуждаются направления социальных инвестиций и ключевые проекты, которые будут реализованы в предстоящем календарном году. Как правило, посредством социально-экономических соглашений реализуются проекты в сфере развития социальной инфраструктуры населенных пунктов.

Собственные социальные проекты. Используя опыт реализации проектов социальных инвестиций других регионов, отзывы и рекомендации экспертов, а также примеры лучших практик в сфере социального инвестирования в России и за рубежом, компания инициирует собственные проекты, которые, как правило, для региона являются абсолютно новаторскими. Объем средств, выделенных в 2014 году в дополнение к социально-экономическим соглашениям, составлял почти 25% от всего объема социальных инвестиций.

Адресная корпоративная благотворительность. Ежегодно посредством Фонда генерального директора предприятием осуществляется целевая помощь гражданам, находящимся в трудной жизненной ситуации, оказывается помощь населенным пунктам в случае возникновения чрезвычайных ситуаций. Все запросы, которые претендуют на адресную помощь, рассматриваются Комиссией по благотворительной деятельности предприятия — коллегиальным органом предприятия. Финансирование в рамках Фонда генерального директора осуществляется только в экстренных случаях. Зачастую денежные средства заменяются на материально-технические ценности, которые предприятие передает или выделяет во временное пользование (например, автотранспорт или специальная техника). После внедрения механизма грантового конкурса динамика подобных обращений ежегодно снижается.

Корпоративное волонтерство. В реализацию собственных проектов компания вовлекает сотрудников предприятия. Волонтеры компании принимают активное участие в акциях, направленных на минимизацию негативного воздействия производства на окружающую среду, а также развитие культурно-досуговой жизни поселений. Всего в 2014 году в волонтерских акциях компании приняли участие более 80 сотрудников. Кроме того, в волонтерских акциях «Газпром нефть Оренбурга» приняли участие и волонтеры из числа местных жителей — более 50 «соседей» производства. Использование волонтерского ресурса позволяет сокращать затраты предприятия на организацию и проведение различных мероприятий.

Грантовый конкурс. С 2013 года «Газпром нефть Оренбург» проводит грантовый конкурс социальных инициатив «Родные города», в рамках которого некоммерческие организации, государственные и муниципальные учреждения, а также зарегистрированные органы территориального общественного управления могут получить поддержку компании в реализации социально значимых проектов. По итогам грантового конкурса социальных инициатив «Родные города» в 2014 году «Газпром нефть Оренбург» поддержала реализацию 17 проектов на общую сумму более 3,5 млн рублей. При финансовой и организационно-методической поддержке компании в регионе были реализованы проекты, которые жители сами посчитали наиболее важными (например, детская театральная студия, игровая площадка, классы компьютерной грамотности для пожилых людей).

НАПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

В 2014 году реализация проектов программы социальных инвестиций «Родные города» в Оренбургской области осуществлялась по четырем направлениям — «культура», «спорт», «образование» и «развитие городской среды».

«Культурный код» — проекты, направленные на развитие культурного потенциала территории, расширение возможностей местного населения для творческой самореализации. В Оренбургской области ключевым проектом направления стал ремонт культурных центров местного значения (ремонт дома культуры, библиотеки). Компания оказывает содействие местным администрациям в проведении праздничных мероприятий и фестивалей. В 2014 году выступила партнером зонального этапа юбилейного XXV Евразийского фестиваля студенческого творчества «На Николаевской — 2014», который является ожидаемым культурным событием региона, объединяющим творческую молодежь Оренбургской области и других городов России.

«Города для людей» — проекты в сфере преобразования городской среды, развития дворовой инфраструктуры, благоустройства зон общественного отдыха, а также повышения качества предоставления медицинских услуг. Осуществляется адресная поддержка строительства и ремонта домов многодетных семей, реализуются проекты по благоустройству территорий поселений, в том числе асфальтированию близлежащих к социальным учреждениям территорий, осуществляется строительство дорог, что особенно актуально для поселений, соседствующих с производством.

Одним из самых масштабных проектов направления «Города для людей» стал проект «Счастливое детство», направленный на расши-

рение возможностей подрастающего поколения для отдыха и полноценного развития.

Помимо реализации традиционной экологической стратегии, включающей мониторинг состояния атмосферного воздуха в зоне производственной деятельности и близлежащих населенных пунктах, охрану водных объектов, рекультивацию земель, а также капитальное строительство объектов, направленных на охрану окружающей среды, компания реализует ряд дополнительных экологических инициатив в рамках программы «Родные города». Регулярно проводятся волонтерские акции по озеленению в районах нефтедобычи, по уборке береговой линии реки Бердянки, к участию в которых активно привлекаются местные жители и областные СМИ.

«Новые горизонты» — поддержка и развитие науки и образования, создание условий и возможностей для гармоничного развития детей и молодежи.

В рамках реновации образовательных учреждений в 2013—2014 году при поддержке компании было отремонтировано девять школ. В средней школе п. Новосергиевка по итогам конкурса была открыта видеостудия, на базе которой дети учатся написанию сценариев и самостоятельной съемке сюжетов.

С целью поддержки местных педагогов и повышения уровня их мотивации «Газпром нефть Оренбург» ежегодно оказывает поддержку в проведении конкурса «Лучший учитель» в Новосергиевском районе и приобретении автомобиля для победителя.

«Месторождения побед» — популяризация здорового образа жизни среди населения, расширение доступа местных жителей к занятиям массовым спортом, поддержка спортивных учреждений и проведение спортивных соревнований.

В рамках проекта «Спорт во дворе» компания развивает спортивную инфраструктуру региона — возводит современные футбольные, волейбольные, баскетбольные и хоккейные площадки круглогодичного использования. Всего в районах Оренбургской области в рамках программы возведено шесть объектов спортивной инфраструктуры, на которых при содействии компании проводятся открытые региональные хоккейные и футбольные турниры среди взрослых команд и юниоров. Также компания расширяет возможности жителей поселений для участия в спортивных состязаниях — для разных районов был приобретен микроавтобус для поездок на соревнования, закуплена новая спортивная форма для юношеской хоккейной команды, отремонтирован спортивный зал для тренировок.

ОТЧЕТНОСТЬ И КОНТРОЛЬ

Компания реализует проекты социальных инвестиций на основе принципа открытости и прозрачности, публикуя информацию о ходе и результатах реализации программы в ежегодных отчетах об устойчивом развитии, а также на собственных интернет-ресурсах, в том числе на портале социальных инвестиций «Родные города» (www.rodnyegoroda.ru). Кроме того, инициативы компании широко освещаются в местных СМИ, для журналистов регулярно проводятся пресс-туры. Компания регулярно организует проведение общественных слушаний и собраний жителей при планировании программы социальных инвестиций. Все предложения и комментарии заинтересованные стороны могут направить по каналам обратной связи на официальном сайте программы (родныегорода.рф). Потенциальные грантополучатели могут проконсультироваться с представителями Федерального консультационного центра по телефону бесплатной горячей линии. Таким образом, представители всех заинтересованных сторон могут осуществлять общественный контроль выполнения проектов.

По итогам проведенного в октябре 2014 года круглого стола «Деятельность компании "Газпром нефть" и устойчивое развитие регионов присутствия» были приняты к рассмотрению предложения местных сообществ:

1. Начать вовлечение партнеров по бизнесу в обсуждение и совместную реализацию социальных проектов.
2. Расширять направления взаимодействия в рамках программы «Родные города».
3. Организовать обмен опытом между грантополучателями и тиражирование успешного опыта реализованных проектов одной территории на другую, включая проведение мастер-классов, семинаров, поездок для ознакомления и так далее.

По итогам реализации проектов программы социальных инвестиций 2014 года наблюдается рост уровня удовлетворенности местных жителей состоянием спортивной и дворовой инфраструктуры. Кроме того, в ряде сельских поселений наблюдается естественный прирост населения и снижение уровня миграции, что свидетельствует о социально-экономическом развитии и повышении привлекательности поселений для жизни, а также о правильности выбранной стратегии реализации социальных инвестиций. Стремление компании к выстраиванию конструктивного диалога с местными сообществами, а также учет их мнений при реализации социальных проектов позволили увеличить степень социальной активности самих жителей.

Социальный эффект определяется на основе достижения прогнозируемых количественных и качественных показателей эффективности реализации проектов. Компания проводит анализ показателей эффективности на всех этапах реализации проекта, что позволяет вовремя вносить необходимые корректировки для достижения запланированного социального результата.

На сегодняшний день предприятие «Газпром нефть Оренбург» разрабатывает уже пять месторождений и планирует расширять свою производственную деятельность. В 2015 году вместе с расширением производственных мощностей компания планирует расширить и объемы социальных инвестиций.

Елена Феоктистова, РСПП:

«Программа объединила в единый комплекс проекты, направленные на повышение качества жизни в городах присутствия, в том числе расширение доступа жителей к качественной городской среде, образованию, культуре и спорту, развитие потенциала коренных малочисленных народов Севера при сохранении их уникальной самобытности. Программу отличает высокая культура корпоративной благотворительности, связь со стратегией бизнеса, с устойчивым развитием и компании, и территории присутствия».

I место

Программа «Качественная городская среда для жизни», Акционерное общество «Минерально-химическая компания “ЕвроХим”»

Цели программы:

создание качественной городской среды вокруг сотрудников компании и их семей

Сроки реализации:

с 2011 года

Бюджет:

820 млн рублей

Целевая аудитория:

сотрудники компании и члены их семей, жители регионов присутствия компании

Описание программы:

Функция программы «Качественная городская среда для жизни» заключается в создании условий для роста капитализации бизнеса за счет создания условий для сотрудников и повышения конкурентоспособности «ЕвроХима» на рынке труда. Программа является одной из основных составляющих системы (цикла) социальной политики компании и реализуется во всех городах присутствия компании. Качество жизни наших работников является фундаментальной интегральной категорией, влияющей на комплексную капитализацию бизнеса, производственные процессы и отношения с местными сообществами и другими группами стейкхолдеров.

Задача программы — реализация новых стандартов качества городской среды, новых инфраструктурных решений и перспективных технологий в области жилищного строительства и организации городских пространств.

Для реализации программы было выделено два обобщенных типа территорий. Первый тип — существующие города, среда которых требует коренной реконструкции и приведения в соответствие с современными требованиями. К ним относятся такие города присутствия «ЕвроХима», как Ковдор (Мурманская область), Кингисепп (Ленинградская область), Новомосковск (Тульская область), Невинномысск (Ставропольский край), Белореченск (Краснодарский край). Второй — это фактически новые города, строительство крупных микрорайонов в которых сильно меняет саму социальную и урбанистическую ситуацию в городе. В первую очередь это город Котельниково (Волгоградская область) и, в меньшей степени, город Березники (Пермский край). Таким образом, программа направлена на создание новой качественной городской среды, обновление и оживление существующей городской среды в городах присутствия компании.

Основная проблема, на решение которой направлена программа, — насущная необходимость не только строить отдельные инфраструктурные и социальные объекты, но и развивать среду комплексно.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Направление 1. Улучшение городской среды в городах присутствия, создание новой общественной инфраструктуры

Данное программное направление в большей степени относится к городам первого типа, с большой историей и развитой экономикой (таким, как Ковдор, Новомосковск, Невинномысск, Кингисепп, Белореченск — городам с большой историей и развитой экономикой). Их отличает сложившаяся городская среда, требующая комплексной реконструкции и обновления в соответствии с современными требованиями к качеству жизни. В настоящий момент компания ставит своей задачей переход от объектного к зональному принципу, то есть переход от реконструкции/строительства отдельных объектов к комплексной реконструкции/оживлению существующей городской среды.

За последние три года в городах присутствия компании «ЕвроХим» построено три ледовых дворца, две ДЮСШ, дом культуры и физкультурно-оздоровительный комплекс, спортивная арена европейского уровня, созданы горнолыжный комплекс и хоккейный корт как центры досуга для местного сообщества.

Все эти проекты сделались «якорными» инфраструктурными точками, которые становятся центрами привлечения местных сообществ, проектов международного масштаба и хабами локальной активности. Реализация этих проектов позволяет не распылять, а концентрировать ресурсы, а также привлекать их за счет межрегиональной кооперации. На этой базе

социальные проекты «ЕвроХима» постепенно начинают сдвигаться в сторону поддержки комплексного повышения качества городской среды и, соответственно, качества жизни наших работников в этих городах.

В городе Новомосковск Тульской области «ЕвроХим» реализует программу государственно-частного партнерства по развитию инженерной и общественной инфраструктуры города. Проект начат в 2012 году в сотрудничестве с администрацией муниципального образования. Застройка Новомосковска восходит к 1930-м годам, но основная часть жилой застройки была создана в 1950—1960-е годы. Жилищно-коммунальная и социальная структура с тех времен не менялись, и город начал испытывать серьезные проблемы с утилизацией канализационных стоков, транспортной загруженностью и неразвитой дорожной сетью, отсутствием мест для отдыха и занятий спортом. Все эти проблемы подлежали решению в рамках программы государственно-частного партнерства.

Программа включает три направления:

- реконструкция городского жилищно-коммунального хозяйства (компания провела реконструкцию городского коллектора хозяйственно-бытовых стоков на сумму 17,5 млн руб.),
- создание и развитие общественных пространств (реализован проект по реконструкции парковой зоны города),
- развитие инфраструктуры детского спорта (построен первый ледовый дворец, начата комплексная и последовательная реконструкция спортивных объектов в городе).

При проектировании спортивной программы закладывался целевой показатель — рост числа занимающихся спортом детей. Прямой результат достигнут: 49 % составил рост числа занимающихся спортом (с 7573 до 14 870), в 2,5 раза выросло число мастеров спорта (с 11 до 28). Программа дала также и дополнительный эффект: на 39 % снизилась костно-мышечная заболеваемость детей до 15 лет.

Партнерство в рамках программы

- Механизмы государственно-частного партнерства, закрепленные соглашениями. Также реализуется совместная программа с Минспорта России по строительству спортивных объектов.
- Кооперация и совместные программы с другими бизнесами. В Новомосковске «ЕвроХим» реализует совместный проект с Procter and Gamble по развитию стадиона «Химик» («ЕвроХим» выделил 9,1 млн руб. на теплотрассу и подогрев поля, P&G выделил 4 млн руб. на детскую команду и экипировку) и реконструкции школы («ЕвроХим» — 7 млн руб. на ремонт спортзала и кабинета химии,

P&G финансировал реконструкцию спортивной площадки и создание теннисного корта). Также в Новомосковске реализуется совместная программа с Тульской энергосбытовой компанией по реконструкции спортивных площадок. В Невинномысске компанией реализуется совместная программа с компанией «Арнест» по реконструкции местных медицинских учреждений. В частности, в 2014 году в рамках реконструкции Кочубеевской центральной районной больницы компании совместно профинансировали установку медицинского лифта и пандусов для инвалидов («ЕвроХим» выделил 3 млн руб., компания «Арнест» — 1,1 млн руб.)

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

Направление 2. Создание новых городских районов с высоким качеством жизни для сотрудников и их семей

Реализация программы в г. Котельниково, Волгоградская область

«ЕвроХим» реализует в Котельниково проект по строительству Гремячинского горно-обогатительного комбината, который начнет работу в 2017 году. К этому моменту население Котельниково увеличится почти в два раза, на комбинате будут работать около 3,5 тыс. человек. Для своих новых сотрудников и их семей «ЕвроХим» строит фактически новый город с современной инфраструктурой, удобной городской средой и всеми условиями для высокого качества жизни. Это два новых микрорайона — уже построенный микрорайон «Восточный» и строящийся микрорайон «Дубовая роща». Эта программа базируется на механизмах государственно-частного партнерства и оформляется в виде серии соглашений компании с местными и региональными властями о строительстве инженерной и социальной инфраструктуры и жилья.

Микрорайон «Дубовая роща» рассчитан на проживание до 10 тысяч человек. Он спроектирован с учетом современных стандартов инфраструктурного обеспечения и качества жизни:

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

- Современное жилье на площади 180 га: индивидуальная (коттеджная) застройка домами с земельным участком на две или четыре семьи и многоквартирная застройка.
- Общественно-деловая зона будет включать пешеходную зону и площадь для проведения массовых мероприятий, торговые павильоны и коммерческие здания.
- Спортивный центр будет включать физкультурно-оздоровительный центр, бассейн и ледовую арену.
- Инженерные коммуникации. За два последних года построены 30 км сетей водоснабжения, 26 км канализации, 700 опор освещения, сети газо- и теплоснабжения. Их строительство финансировалось за счет государства.

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

Планируется, что население г. Котельниково вырастет в два раза, полностью изменится его социальная и городская структура, изменится вектор социально-экономического развития территории. Сегодня компания, вместе с муниципальными и региональными властями, фактически выступает субъектом пространственного и урбанистического развития, формируя городскую среду для будущих поколений на 20—30 лет вперед.

Реализация программы в г. Березники, Пермский край

«ЕвроХим» реализует в г. Усолье Пермского края проект строительства Усольского калийного комбината, который начнет работу в 2017 году. Жилой микрорайон для работников и их семей будет построен в соседнем г. Березники, поскольку он уже является региональным центром с хорошей инфраструктурой. Формат реализации градостроительной программы «ЕвроХима» в Березниках — государственно-частное партнерство. Взаимные обязательства вовлеченных сторон по финансированию строительства жилья, инженерной и социальной инфраструктуры оформлены в виде соглашения «ЕвроХима», правительства Пермского края и администрации города Березники на 2014—2019 годы.

Микрорайон в г. Березники рассчитан на проживание более трех тысяч человек. В его структуру входят: 19 пятиэтажных домов (784 квартиры), 22 таунхауса (44 квартиры), 74 коттеджа, детский сад на 250 мест, гостиница, инженерные сети, автодороги.

Компания несколько лет обсуждала вопрос нового качества жизни, современных и перспективных стандартов жилья и социального обеспечения. Реализуя масштабные калийные проекты, компания прилагает много усилий для привлечения и обучения персонала, который обеспечит долгосрочную устойчивость бизнеса. Команда высококлассных специалистов, способных стабильно увеличивать стоимость компании, создается с помощью подготовки и привлечения молодых инженеров на базе партнерства с университетами. Именно приходящие в компанию инженеры формируют запрос на новые условия жизни и труда.

Кроме вышеперечисленного, «ЕвроХим» построил для своих работников в городе Кингисепп Ленинградской области, где находится одно из предприятий компании, комплекс жилых домов на 191 квартиру.

Направление 3. Реконструкция и создание парков и озеленение общественных пространств

В 2014 году «ЕвроХим» реализовал два проекта по реконструкции и созданию парков.

В Новомосковске реализован проект по реконструкции парковой зоны города. Были проложены пешеходные и велодорожки, созданы зоны для занятий спортом. Было подключено освещение, устроены общественные туалеты и посажены новые деревья. В рамках работы над этим проектом была привлечена общественность, которая дала рекомендации по устройству спортивных объектов, детских площадок и природных зон.

В г. Котельниково «ЕвроХим» выступил с инициативой создать в городе парк, который станет не только местом отдыха, но и площадкой экологического просвещения. Проект стартовал по инициативе «ЕвроХима», Министерства природных ресурсов и экологии России и фонда «Природа». Реализация проекта парка осуществляется также в партнерстве с Волгоградским ботаническим садом, компанией «Грин-Арт», волонтерами и экологическими организациями региона.

Направление 4. Комплексная программа по строительству спортивных комплексов и поддержке детско-юношеских спортивных школ (совместно с Минспорта России)

Программа направлена на развитие инфраструктуры спорта, доступной для всех жителей городов присутствия компании. Целью является создание восьми новых региональных центров детско-юношеского спорта на базе новых детско-юношеских спортивных школ. Однако главное — это не столько новая инфраструктура (которая является необхо-

димым, но не достаточным элементом), сколько механизмы устойчивого массового вовлечения детей и молодежи в спорт в международном масштабе. Критически важными элементам системы являются ДЮСШ регионального значения, методическая поддержка профессионального уровня, межрегиональный и международный соревновательный процесс. В настоящее время «ЕвроХим» завершает строительство третьей ледовой арены (в городе Кингисеппе), две арены (в Новомосковске и Невинномысске) построены и введены в эксплуатацию. Также построены хоккейный корт в Ковдоре, многофункциональный спортивный комплекс в Кедайняе (Литва) и спортивный комплекс в Белореченске. Спортивный комплекс в Кедайняе стал первым зарубежным спортивным объектом, построенным «ЕвроХимом». На базе этой инфраструктуры создаются детско-юношеские спортивные школы. Также за последние несколько лет «ЕвроХим» реконструировал около 60 малых спортивных объектов (спортплощадок, спортзалов, полей и т. д.).

Направление 5. Поддержка инфраструктуры образования

Компания реконструировала 32 школьных лаборатории по химии и естественным наукам в средних школах и ежегодно поддерживает их. Также компания реализует масштабную программу по сотрудничеству с семью университетами, в рамках которой осуществляется целевая подготовка студентов, выплачиваются корпоративные стипендии и поддерживаются лаборатории и научно-исследовательские разработки в вузах.

Елена Феоктистова, РСПП:

«Программа реализуется в рамках стратегии компании по созданию качественной городской среды вокруг работников, с использованием комплексного подхода, новых стандартов качества городской среды, новых инфраструктурных решений и перспективных технологий в области жилищного строительства и организации городских пространств. Эффективно используются механизмы государственно-частного партнерства, партнерство с региональными и федеральными общественными организациями и волонтерами».

II место

Программа развития социального предпринимательства, ОК «РУСАЛ»

Цели программы:

- создание устойчивых бизнесов в социальной сфере;
- вовлечение предпринимателей и представителей малого и среднего бизнеса и некоммерческих организаций в решение социальных проблем регионов и определенных целевых групп посредством разработки и реализации социальных бизнес-проектов;
- обучение начинающих социальных предпринимателей технологиям бизнес-планирования и реализации бизнес-проектов;
- развитие партнерских взаимоотношений с региональным бизнесом и органами власти, направленных на вовлечение граждан в решение локальных социальных проблем;
- институциональное развитие центров инноваций в социальной сфере.

Сроки реализации:

с 2013 года

Бюджет:

10,5 млн рублей

Целевая аудитория:

предприниматели, руководители малого и среднего бизнеса, некоммерческие организации, молодые люди от 18 до 27 лет, граждане, нуждающиеся в социальной поддержке

Описание программы:

Компания «РУСАЛ» рассматривает благотворительную деятельность как часть стратегии своего развития и видит миссию в том, чтобы обеспечить повышение уровня и качества жизни в регионах своего присутствия. Ведущим направлением благотворительной деятельно-

сти компании является социальное инвестирование. В период с 2004 по 2012 годы социальное инвестирование велось в форме конкурсной грантовой поддержки инициатив некоммерческих организаций и учреждений социальной сферы. В 2013 году компания приняла решение наряду с грантовой поддержкой НКО открыть новое направление — развитие социального предпринимательства, которое позволяет наиболее эффективно использовать инвестиции и повысить социально-экономическую устойчивость регионов. При создании «центров инноваций в социальной сфере» (далее — ЦИСС) компания постаралась учесть лучшие практики, которые были в России на тот момент, и собственный опыт социальной деятельности. В первый год деятельности география программы включила три региона присутствия компании — Красноярск, Братск и Краснотурьинск. Основная задача, которую решают ЦИССы, — привлечение и консолидация большего объема ресурсов для развития социального предпринимательства — как корпоративных, так и партнерских.

Ключевым партнером «РУСАЛа» в создании программы стало Агентство стратегических инициатив, уже имевшее большой опыт работы с некоммерческими организациями и госструктурами по созданию в регионах сети центров развития предпринимательства в социальной сфере.

Перед запуском программы был проведен анализ экономической и социальной ситуации регионов, ресурсов потенциальных партнеров, разработана собственная образовательная программа для социальных предпринимателей. Открытие ЦИССов было поддержано представителями органов государственного и муниципального управления, деловых объединений, целевых аудиторий и СМИ. В рамках осуществления и развития программы состоялись встречи с представителями власти и бизнеса, на которых были выработаны решения по вопросам взаимодействия и консолидации ресурсов. Подписано 22 соглашения о сотрудничестве с партнерами, в том числе с представителями органов власти, бизнеса, фондов, банков, некоммерческих организаций (Фонд «Наше будущее», Восточно-Сибирский банк Сбербанка России, АКБ «СОЮЗ», ООО «DaOffice» и другие).

В течение первого года реализации программы были обучены и защитили свои социальные бизнес-проекты на инвестиционных сессиях первые выпускники Школы социального предпринимательства. Компания приняла участие в проводимых на федеральном уровне форумах социального предпринимательства и провела собственные форумы и дни популяризации социального предпринимательства в трех регионах осуществления программы.

ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ

- Обучение участников компетенциям социального предпринимательства.
- Формирование и развитие социально-предпринимательского сообщества.

- Создание и улучшение условий осуществления предпринимательской деятельности в социальной сфере путем разработки и предоставления инструментов поддержки совместно с государственными и муниципальными органами развития предпринимательства, банками, деловыми объединениями, фондами и другими заинтересованными организациями.
- Формирование базы предпринимателей и представителей малого и среднего бизнеса и некоммерческих организаций, готовых активно включиться в решение социальных проблем регионов и (или) определенных целевых групп.
- Создание института менторов.
- Формирование регионального инвестиционного портфеля для развития социального предпринимательства
- Методическая, кадровая, юридическая, организационная и иная консалтинговая поддержка социальных предпринимателей
- Формирование банка социальных бизнес-проектов и тиражирование лучших региональных, федеральных и международных практик социального предпринимательства.

При планировании развития программы в 2014 году были учтены возможности и вызовы, определившиеся по итогам первого года реализации. Задачи программы на второй год реализации предусматривали расширение географии, поддержку первых выпускников школы социального предпринимательства, увеличение набора и повышение качества отбора и мотивации новых обучающихся в школе, развитие социальной ориентированности обучения, мобилизацию потенциала предпринимательского сообщества и дальнейшее активное продвижение социального предпринимательства в регионах присутствия.

В соответствии с приведенными задачами осуществлены следующие этапы развития программы в 2014 году.

1. Расширение географии программы

В 2014 году география программы расширилась с трех до пяти городов (Красноярск, Ачинск, Братск, Краснотурьинск и Североуральск). Города Ачинск и Североуральск были выбраны для расширения программы, так как расположены вблизи городов, которые уже вели программу с 2013 года и предоставили поддержку. Развитие программы в Красноярском крае получило субсидию краевого Агентства реализации проектов общественного развития по итогам конкурса социально ориентированных НКО региона.

2. Увеличение набора и повышение качества отбора и обучения участников программы

В 2014 году информация о наборе размещалась в службах занятости населения, центрах содействия предпринимательству, бизнес-инкубаторах, администрациях городов. Активно использовались технологии целевых рассылок и индивидуальных приглашений, что позволило привлечь значительное количество действующих предпринимателей и «повысить качество» аудитории.

Отбор участников проходил по результатам собеседования. В ходе собеседования уточнялись цели обучения кандидатов в школе социального предпринимательства (далее — ШСП). В 2014 году при отборе участников приоритет был предоставлен действующим предпринимателям, что позволило участникам продуктивнее осваивать теорию и сразу переносить ее на практику, использовать свой имеющийся предпринимательский опыт. В 2014 году была скорректирована программа обучения ШСП. Количество участников ШСП возросло в 2014 году на 81 % по сравнению с 2013 годом и составило 196 человек.

Для повышения эффективности программы и дисциплины слушателей в 2014 году была внедрена частичная оплата участниками обучения в ШСП. Введение платы позволило на начальном этапе обучения отсеять немотивированных участников. При этом первая сессия предоставлялась бесплатно, а последующие три сессии слушатели оплачивали. В Красноярске был введен ряд льготных категорий участников (безработные, представители НКО, студенты), обучение которых осуществлялась в рамках субсидии Агентства по реализации программ общественного развития Красноярского края. С учетом разного экономического статуса городов реализации программы была внедрена дифференцированная стоимость обучения (от 300 до 1 000 рублей за сессию).

Кроме того, были организованы межсессионные встречи и консультации для участников, основными целями которых стали мотивация участников, обсуждение актуальных для них вопросов и проблем. Дополнительная цель проведения межсессионных мероприятий состояла в привлечении партнеров, экспертов и менторов для укрепления деловых и профессиональных контактов и формирования сообщества, продвигающего идеи социального предпринимательства.

3. Привлечение тренеров, консультантов и менторов программы

Единая учебная программа ШСП в городах реализации программы была сформирована при запуске программы в 2013 году. К началу второго цикла обучения она была доработана в сторону усиления социальной ориентированности и эффективности разрабатываемых проектов участников.

К началу второго цикла были подобраны тренеры, консультанты, менторы (19 человек). Ими стали представители среднего бизнеса, имеющие опыт создания, развития и ведения бизнеса и высокий профессиональный уровень, готовые выступить в качестве консультантов и наставников социальных стартапов. Менторы работают в рамках программы безвозмездно. За каждым из менторов была закреплена группа обучающихся в Школе социального предпринимательства, что позволило повысить мотивацию слушателей и гораздо быстрее и глубже развивать их проекты.

4. Разработка и внедрение инструментов финансовой поддержки начинающих социальных предпринимателей

«РУСАЛ» помогает выпускникам Школы социального предпринимательства в успешном внедрении их социальных бизнес-проектов. Когда выпускники первого года обучения столкнулись с проблемой отсутствия стартового финансирования на этапе запуска проектов, компания предприняла ряд мер для решения этой проблемы. В частности, выпускникам оказывается содействие в получении муниципальных субсидий от органов поддержки малого и среднего предпринимательства. С 2014 года компания на конкурсной основе предоставляет беспроцентные займы для реализации проектов выпускников. Для этого в рамках конкурса «Территория "РУСАЛа" 2014» была открыта специальная номинация для заемного беспроцентного финансирования стартап-проектов социального предпринимательства (максимальная сумма — до 500 тыс. рублей при наличии софинансирования проекта не менее 25% от запрашиваемой суммы и до 1 млн рублей при наличии софинансирования не менее 50%).

Среди проектов — победителей конкурса займов книжный магазин-клуб «ФедорМихалыч» и Центр инклюзивного образования «Мегаполис» для детей дошкольного возраста в г. Красноярске, Центр продленного дня для детей Klassiki и столярное производство «Дар дерева» в г. Краснотурьинске, а также Центр подготовки собак-помощников в Братске. Суммарный объем беспроцентных займов, предоставленных компанией «РУСАЛ» этим проектам, составил 3,95 млн рублей.

5. Сопровождение проектов выпускников Школы социального предпринимательства до реализации

В 2014 году для сопровождения выпускников и менторской поддержки на этапе запуска проектов ЦИССы привлекли консультантов учебной программы школы (тех, кто сопровождал участников во время курса обучения и в межсессионных периодах). Во всех городах для выпускников были проведены нетворкинговые мероприятия. Выпускники, претендовавшие

на получение муниципальных субсидий, получили поддержку при разработке и адаптации бизнес-планов к условиям предоставления субсидий. Общая сумма привлеченных участниками финансовых средств на реализацию проектов благодаря муниципальным и региональным субсидиям составила 4,66 млн рублей.

6. Закрепление позиции ЦИСС как регионального ресурсного центра по обучению, развитию и поддержке социальных предпринимателей. Расширение круга партнеров программы

В 2014 году ЦИССы продолжили работу по выстраиванию сотрудничества с партнерами проекта:

- с муниципалитетами: продвижение участников ШСП, использование существующих форм государственной поддержки, консолидация усилий для продвижения социального предпринимательства;
- с банками: привлечение экспертов, разработка дополнительных программ льготного кредитования социальных предпринимателей;
- с предпринимательским сообществом: привлечение активных предпринимателей, менторов и партнеров на коммуникационные площадки, к участию в ШСП, проведение совместных мероприятий и участие в мероприятиях партнеров.

ЦИССы выступили со-организаторами и участниками многих городских и региональных мероприятий популяризации социального предпринимательства.

Коллектив специалистов и наставников Школы социального предпринимательства в конце 2014 года разработал практическое руководство «10 шагов к успешному социально-предпринимательскому проекту».

СОТРУДНИЧЕСТВО В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Программа развития социального предпринимательства является уникальной коммуникационной площадкой, позволяющей совместно с представителями бизнес-организаций, НКО и органами власти вырабатывать механизмы, внедрять современные технологии по развитию социального предпринимательства в городах реализации программы. Каждый из участников предоставляет свои ресурсы и опыт, обеспечивая успешную реализацию проекта:

- Власть: совместное проведение форумов, круглых столов, участие представителей органов власти в мероприятиях программы.
- Бизнес: привлечение менторов и частных инвесторов в программу, ресурсная поддержка.

- НКО: привлечение руководителей к обучению в Школе социального предпринимательства с целью коммерциализации деятельности, ресурсная поддержка.
- Банки: привлечение специалистов к экспертной оценке проектов Школы социального предпринимательства.
- Другие партнеры:
  - Городские центры занятости населения — эксперты программы, помощь в распространении информации о наборе в Школу социального предпринимательства.
  - Центры развития и поддержки предпринимательства (все города) — организация совместной работы с предпринимателями с целью привлечения ресурсов и в качестве информационных партнеров и экспертов.
  - Союзы промышленников и предпринимателей и торгово-промышленные палаты (все города) — консультанты и эксперты, совместное проведение мероприятий, ресурсная поддержка.
  - «Центр содействия малому и среднему предпринимательству» г. Красноярска — подписано соглашение о предоставлении гарантийного фонда при получении льготного кредита у АКБ «СОЮЗ».
  - «Красноярский городской инновационно-технологический бизнес-инкубатор» предоставляют пакеты услуг участникам ШСП вне конкурса.

В 2014 году взаимодействие с участниками программы осуществлялось в следующих форматах:

- приглашение экспертов и слушателей программы к участию в работе экспертных и коммуникационных площадок, круглых столов в рамках городских, региональных и межрегиональных мероприятий;
- приглашение экспертов для участия в работе экспертных советов и в оценке бизнес-проектов социальных предпринимателей;
- организация нетворкинговых мероприятий для социальных предпринимателей;
- публикации материалов о программе и проектах выпускников в региональных СМИ, участие в тематических публикациях и спецвыпусках федеральных СМИ.

Реализация программы оценивается по статистическим показателям (количество участников, партнеров, объем привлеченных ресурсов), показателям реализуемых социальными предпринимателями проектов и экспертным оценкам.

РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОГРАММЫ

- 5 городов реализации
- 196 участников Школы социального предпринимательства в 2014 году
- Реализуются 37 социальных бизнес-проектов
- 42 партнера программы
- Проведено 16 масштабных мероприятий, направленных на поддержку и продвижение социального предпринимательства, более 1700 участников
- Размер полученных выпускниками муниципальных субсидий на реализацию проектов составил 4,66 млн рублей
- Социальным предпринимателям предоставлены беспроцентные займы в объеме 3,95 млн рублей
- Выигран грант Агентства по реализации программ общественного развития Красноярского края в размере 0,99 млн рублей на реализацию программы на территории края
- Премия «Импульс добра» в номинации «За системный подход к социальному предпринимательству»
- Первое место в конкурсе образовательных программ по социальному предпринимательству Фонда «Наше будущее»
- Победа проекта Школы социального предпринимательства в номинации «стартап» конкурса Министерства образования и науки РФ «Создавая будущее»

Программа продолжает свою деятельность на постоянной основе в 2015 г., включая все основные компоненты.

Елена Феоктистова, РСПП:

«Программа осуществляется в рамках концепции повышения социально-экономической устойчивости регионов. Долгосрочный проект компании реализуется на системной основе с привлечением и консолидацией большего объема корпоративных и партнерских ресурсов для развития социального предпринимательства, включая все основные компоненты. В реализации используются современные эффективные подходы к социальному инвестированию, в том числе партнерство, конкурсный отбор проектов, региональные ресурсные центры, менторское и информационное сопровождение, расширение круга волонтеров».

III место

Программа «УРАЛХИМ – детям», Акционерное общество «Объединенная химическая компания «УРАЛХИМ» (АО «ОХК "УРАЛХИМ"»)

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ:

содействие созданию комфортных условий проживания для населения города Кирово-Чепецка и отдельных районов области, формирование позитивного имиджа территории

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ:

с 2011 года

БЮДЖЕТ:

36 млн рублей

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

молодежь, жители Кировской области, общественные организации

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ:

В настоящее время в городе Кирово-Чепецке Кировской области отмечается сложная демографическая ситуация: 24% от общего числа жителей города (всего проживает 80 тыс. человек) — пенсионеры, 20% — молодежь, ежегодный отток которой составляет порядка 1 000 человек. Перед территорией стоит необходимость решения демографических проблем, создание условий для закрепления молодежи. В ответ на этот вызов компания «УРАЛХИМ» определила приоритетным направлением своей социальной политики финансирование детских и молодежных программ.

На Заводе минеральных удобрений Кирово-Чепецкого химического комбината (ЗМУ КЧХК, входит в холдинг «УРАЛХИМ») разработана и пятый год реализуется программа «УРАЛХИМ — детям». Каждый год в нее вносятся корректировки исходя из наиболее важных социальных запросов. ЗМУ КЧХК заинтересован, чтобы на территории его присутствия были

созданы комфортные условия проживания для населения, возможности полной социальной реализации молодежи. Программа «УРАЛХИМ — детям» нацелена в том числе на улучшение условий жизни в городе и снижение уровня миграции.

Задачи программы:

- помощь в решении социальных задач в плане обеспечения равных возможностей подрастающего поколения Кировской области;
- содействие снижению уровня миграции молодежи из Кирово-Чепецка;
- содействие повышению материально-технических и образовательных условий в подшефных общеобразовательных и спортивных школах Кирово-Чепецка;

Предприятие тесно сотрудничает с местными и региональными органами власти по различным направлениям, которые были выявлены в ходе консультаций и легли в основу программы «УРАЛХИМ — детям». За пять лет действия программы налажено эффективное сотрудничество с правительством и законодательным собранием Кировской области, с администрацией г. Кирово-Чепецка, Кирово-Чепецкого района и ряда районов области. Формы взаимодействия с органами власти: трехсторонние соглашения, соглашения о социальном партнерстве; участие представителей органов власти в мероприятиях в рамках программы; участие представителей ЗМУ КЧХК в координационных советах и другие.

Предприятие также тесно сотрудничает с НКО по различным проектам.

Общественная организация «Наш город Кирово-Чепецк» — организация просветительских мероприятий: экологических лекториев, конкурсов для школьников города, работы с поисковым отрядом и других.

РОО «Чепецк РУ» — патриотическая акция «Бессмертный полк», молодежные субботники, поездка активистов организации на молодежный форум «Байкал» с лекциями по проекту раздельного сбора мусора, проведение детского летнего экологического лагеря.

Общественная организация «Хранители воды» — ежегодная экологическая премия «Отлично» для волонтеров.

Есть у предприятия и иные партнеры. Например, спортивные и общеобразовательные школы, художественная школа, культурно-развлекательный центр, библиотеки, музеи, поисковые отряды. При необходимости для реализации программы привлекаются волонтеры из числа совета молодежи ЗМУ КЧХК.

Кирово-Чепецкий химический комбинат ставит перед собой задачу информационной открытости по всем направлениям деятельности, в том числе в рамках реализации программы «УРАЛХИМ — детям».

Представители завода принимают участие в родительских собраниях общеобразовательных и спортивных школ, являются членами наблюдательных советов этих школ. Задействованы региональные и местные СМИ. На регулярной основе осуществляется обратная связь. ЗМУ КЧХК стал инициатором создания координационного совета по профориентации при администрации Кирово-Чепецка.

Программа предусматривает прямое финансирование проектов. Кроме того, практикуется софинансирование проектов в рамках областной программы поддержки местных инициатив (ППМИ).

В числе результатов программы можно отметить спортивное направление, в котором регулярно одерживаются победы в таких видах спорта, как хоккей, плавание, дзюдо, греко-римская борьба, гимнастика. Большое значение уделяется военно-патриотическому воспитанию и развитию поискового движения. Немало славы приносят городу и его творческие коллективы. В рамках направления поддержки проектов местных инициатив в 2014 году при поддержке компании «УРАЛХИМ» были реализованы проекты «Лесничок» (устройство универсальной детской площадки) и «Тропа сказок» (установка сказочных фигур в натуральную величину в городском парке).

Проект признан компанией успешным, и в 2016 году начнет действовать на всех предприятиях холдинга «УРАЛХИМ».

Елена Феоктистова, РСПП:

«Партнерская программа, направленная на содействие в решении социальных задач по созданию комфортных условий проживания населения, поддержке сферы образования, молодежи и снижение уровня ее миграции, а также обеспечения равных возможностей подрастающего поколения Кировской области. Основные благополучатели — воспитанники спортивных школ, учащиеся средних общеобразовательных школ, творческие коллективы, воспитанники детских домов, многодетные семьи, общественные организации. В целом на благотворительные цели в Кировской области компания выделяет порядка 100 млн рублей ежегодно. Достоинства программы — открытость, прозрачность, постоянное расширение круга волонтеров и партнеров, эффективное информационное сопровождение».

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.

Елена Трахтенберг, заместитель руководителя программы «Молодежный бизнес России», IBLF

Развитие корпоративного волонтерства рассматривается российскими компаниями, активно участвующими в продвижении программ корпоративной социальной ответственности, как важный, порой даже ключевой компонент этих программ.

Волонтерство — важный инструмент повышения социальной ответственности бизнеса, позволяющий компании не только осуществлять свои социальные программы, но и делать это с максимальной эффективностью. Кроме того, волонтерство — один из способов повышения мотивации сотрудников и их лояльности, и с этой точки зрения развитие волонтерства может и должно быть интересно компании, планирующей свое долгосрочное пребывание на рынке.

Важно отметить, что волонтерство не может быть исключительно проектом, «спущенным» сверху. Только при внимательном изучении инициатив сотрудников, их предложений и идей может получиться действительно успешный волонтерский проект. Анкетирование сотрудников, анализ их идей, адаптация волонтерских проектов с целью максимально эффективного использования навыков и интересов сотрудников — краеугольные камни любой волонтерской программы, так же как обучение волонеров и оценка реализованных проектов.

Волонтерство — гибкий и многограннный инструмент социальных инвестиций. Такие его разновидности, как pro bono и наставничество, позволяют компании быстро реагировать на потребности сообщества и адаптировать свои социальные программы без существенных дополнительных затрат.

И наконец, создание тренингов для волонтеров, распространение информации о лучших практиках и их обсуждение сообществом также является важным компонентом развития социальной ответственности.

Все вышесказанное объясняет интерес к корпоративному волонтерству и появление особой номинации в проекте «Лидеры корпоративной благотворительности». В этом году на конкурс были представлены 12 программ корпоративного волонтерства, и практически все они достойны самых высоких оценок. Разнообразие, продуманность и оригинальность программ сделали выбор победителей номинации очень непростой задачей, поэтому для принятия решения пришлось разработать шкалу оценок и по каждому критерию выставлять оценки в баллах. В частности, основными критериями для принятия решения были наличие у компании концепции волонтерства и концепции обучения волонтеров, последовательность и устойчивость волонтерских программ, учет мнения волонтеров и сооб-

щества благополучателей, привлечение партнеров компании к волонтерским программам, а также возможность тиражирования результатов программ.

В соответствии с этими критериями 1-е место присуждено социальной программе «Помогать просто» ОК «РУСАЛ», 2-е — программе развития корпоративного волонтерства в компании ОМК, 3-е — программе «Создание волонтерского центра» Благотворительного фонда «Система».

Кроме того, решено поощрить дипломом «Клуб волонтеров» — корпоративную программу развития участников волонтерского движения «Трансаэро».

I место

Социальная программа «Помогать просто» компании «РУСАЛ», ОК «РУСАЛ»

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ:

вовлечение горожан, сотрудников компании и членов их семей в добровольческую и общественно полезную деятельность, оказание помощи некоммерческим организациям, социальным, образовательным и медицинским учреждениям

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ:

с 2014 года

БЮДЖЕТ:

10 млн рублей

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

сотрудники компании и члены их семей; сотрудники бизнес-партнеров, государственных и муниципальных учреждений; представители инициативных групп населения, которые ведут свою деятельность на добровольных началах

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ:

Вопросами корпоративного волонтерства в компании активно занимаются с 2010 года, когда была разработана и запущена программа «Скорая помощь "РУСАЛа"». Анализ результатов программы с учетом обратной связи со стороны партнеров и стейкхолдеров по итогам четырехлетней работы показал необходимость создания новой программы, которая позволила бы систематизировать добровольческую деятельность и объединить все заинтересованные организации на единой платформе. Так была создана концепция программы и портала «Помогать просто».

Основной задачей программы «Помогать просто» в 2014 году стало продвижение добровольческой деятельности и расширение количества волонтеров в городах присутствия. Задачами программы являлись

разработка и внедрение эффективных технологий привлечения добровольцев к совместной деятельности в местном сообществе и их обучение, укрепление культуры добровольчества и благотворительности, создание условий для развития социальной активности жителей городов, организация совместных акций, развитие межсекторного партнерства, создание инфраструктуры и методической поддержки добровольчества.

ОСНОВНЫЕ КОМПОНЕНТЫ ПРОГРАММЫ:

1. Интернет-портал «Помогать-просто.ру» (http://pomogat-prosto.ru/)

Портал является постоянно действующей площадкой для объединения волонтеров, готовых оказывать помощь, и благотворительных и социально ориентированных организаций, которым эта помощь необходима. Для получения помощи достаточно зарегистрироваться на сайте, после чего организации смогут публиковать заявки о необходимой помощи, а волонтеры — самостоятельно выбирать те просьбы о помощи, выполнить которые им по силам.

Портал был запущен в июне 2014 года. За год работы к благотворительному проекту присоединились более 1 000 волонтеров и более 200 социальных учреждений. Ключевыми партнерами проекта выступили десятки организаций: администрации городов, некоммерческие организации, бизнес и СМИ. Всего силами добровольцев в 2014 году была проведена работа более чем с 300 заявками о помощи.

2. Образовательный компонент «Школа волонтерства»

В рамках этого направления представители добровольческих организаций, высших и средних специальных учебных заведений, школ, благотворительных фондов и корпоративные волонтеры (представители бизнеса) проходят серию тренингов и мастер-классов, направленных на развитие волонтерских навыков. После обучения слушатели принимают участие в организованных ЦСП благотворительных акциях. В 2014 году в школе прошло обучение более 180 человек.

3. Шефство

Шефство является одним из направлений программы и представляет систематическую моральную и материальную поддержку местным социальным учреждениям. В каждом из городов есть подшефные учреждения, на базе которых реализуется направление. Основные виды деятельности:

- установление шефских отношений между волонтерами и школами, детскими домами и приютами и т. д.;

- организация творческих, культурных, спортивно-массовых мероприятий на территории подшефного учреждения.

В рамках данного направления проводятся партнерские мероприятия, объединяющие ресурсы партнеров и благотворительного фонда компании. Поддержка оказывается в форме нематериальной, ресурсной помощи, труда волонтеров.

4. Городские партнерские акции и мероприятия

С начала 2014 года основной целью программы стало вовлечение партнеров, власти и бизнеса, СМИ и социальных учреждений в совместные городские волонтерские проекты. Накопленный опыт благотворительного фонда компании активно передается представителям местного бизнеса, в том числе и крупного. Для проведения крупных мероприятий и акций городского уровня создаются оргкомитеты, проекты реализуются на условиях софинансирования. Партнеры получают возможность реализовать собственные волонтерские проекты, обучить своих сотрудников, получить методическую помощь и практические советы.

Программа «Помогать просто» позволяет совместно с экспертами в области молодежной и социальной политики, бизнес-организациями, НКО и органами власти вырабатывать совместные механизмы, внедрять современные технологии по развитию волонтерского движения в городах реализации программы. Каждый из участников предоставляет свои ресурсы и опыт, обеспечивая успешную реализацию проекта:

Власть: обучение представителей муниципальных социальных учреждений практике работы с волонтерами, совместное проведение форумов и круглых столов, направленных на продвижение волонтерства, участие представителей органов власти в мероприятиях программы.

Бизнес: партнерство в рамках масштабных акций, а также участие в разовых благотворительных акциях, софинансирование волонтерских проектов, ресурсная поддержка.

НКО: обучение НКО работе с волонтерами, обучение проектной деятельности, привлечение волонтеров к общегородским мероприятиям, участие в образовательных проектах для волонтеров, создание команд волонтеров.

МОТИВАЦИЯ ВОЛОНТЕРОВ

Волонтеры представляют широкий круг городских организаций, включая сотрудников «РУСАЛа». Прямое участие в акциях программы принимают команды добровольцев из партнерских организаций (бизнеса, муниципальных и государственных учреждений). Для волонтеров реализуются

образовательные программы, где они могут пройти бесплатное обучение и посетить серию тренингов личностного развития, командообразования. Волонтеры поощряются участием в знаковых региональных мероприятиях городского или областного масштаба и специальных волонтерских приемах, дипломами и благодарственными письма от руководства города и компании.

Программа «Помогать просто» строится на максимально широком информировании всех заинтересованных организаций. В 2014 году взаимодействие с участниками программы осуществлялось с использованием разнообразных каналов коммуникации: презентации программы и сайта «Помогать просто», проведение мероприятий на тему волонтерства, организация обучающих семинаров, мастер-классов по социальному проектированию, волонтерству, оценке проектов и программ и другие.

Программа «Помогать просто» использовала несколько инновационных инструментов, в частности социальный маркетинг:

1. Специальный сайт «Помогать просто» и продвижение программы в сети интернет (анимация, баннеры, перекрестные ссылки).
2. Инструменты социального маркетинга:
   - брендирование программы и визуализация образа волонтера — Помогай-мэн;
   - проведение промоакций с символикой программы;
   - раздача мотивирующих сувениров с узнаваемым брендом (наклейки, магниты, футболки, рюкзаки и т.д.);
   - продвижение сайта и программы в СМИ на партнерской основе;
   - баннерная реклама, листовки, рассылки;
   - совместные акции с партнерами.

РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОГРАММЫ

- Создана и активно развивается специальная онлайн-платформа для развития волонтерства — портал «Помогать-просто.ру».
- 16 городов — участников портала «Помогать-просто.ру».
- 1 000 волонтеров зарегистрировано на портале «Помогать-просто.ру».
- 353 волонтерских проекта реализовано силами волонтеров портала «Помогать-просто.ру».
- 234 благотворительных организации на постоянной основе получают помощь и поддержку волонтеров портала «Помогать-просто.ру».
- В городах реализации программы созданы координационные советы по волонтерству, объединившие все организации, развивающие добровольчество.

- Сформирована культура добровольчества.
- На «Школе волонтерства» обучено 180 волонтеров.
- Более 5% от числа всех сотрудников предприятий компании вовлечено в работу волонтерских отрядов и приняло участие в реализации программы шефства и других компонентов.
- Более 50 социальных учреждений стали получать постоянную волонтерскую помощь.
- Более 233 общественно полезных акций для сообщества организовано и проведено волонтерами.

СТРАТЕГИЯ ОЦЕНКИ ПРОЕКТА

- Проводится ежемесячная оценка посещаемости сайта, качества размещаемых заявок, анализируется активность волонтеров, лучшие поощряются на сайте.
- Раз в шесть месяцев готовится аналитический отчет по программе, в котором учитывается вся статистическая информация, мнения и отзывы участников, благополучателей и партнеров. В рамках отчета также анализируется объем привлеченных ресурсов, средств и количество публикаций о программе.
- Проводится постоянный мониторинг реализуемых волонтерами проектов, регулярная оценка эффективности проведенных акций и мероприятий.

Программа продолжает свою деятельность на постоянной основе в 2015 году, включая все основные компоненты.

Елена Трахтенберг, IBLF:

«Проанализирован опыт корпоративного волонтерства компании с 2010 года. На базе анализа подготовлена и внедрена концепция программы волонтерства, создана и функционирует Школа волонтерства, есть волонтерский актив, к работе подключены не только сотрудники, но и широкий круг стейкхолдеров, таким образом программа вышла за пределы компании. Волонтерская деятельность в компании приняла массовый характер и охватывает значительную целевую аудиторию».

II место

«Программа развития корпоративного волонтерства в компании ОМК», АО «Объединенная металлургическая компания»

Цели программы:

разработать устойчивую, долгосрочную и системную программу волонтерства на территориях присутствия компании

Сроки реализации:

с 2014 года

Бюджет:

6,3 млн рублей

Целевая аудитория:

сотрудники компании и члены их семей

Описание программы:

В ОМК волонтерство существует с 2010 года. Компания рассматривает корпоративное волонтерство как одну из форм самореализации личностного потенциала сотрудников, возможность получения общественного признания, укрепление чувства социальной значимости, способность выразить свою гражданскую позицию, а также приобретение полезных социальных и практических навыков, общения, дружеского взаимодействия с коллегами и единомышленниками. Для новых сотрудников это может быть формой быстрой интеграции в коллектив.

Системная долгосрочная «Программа развития корпоративного волонтерства среди сотрудников ОМК» началась в 2014 году с целью повышения нематериального вклада компании в благотворительные программы и повышения вовлеченности сотрудников. Важно было перейти от разовых пожертвований, сбора средств и вещей к волонтерским социальным

проектам с измеримыми результатами, тиражируемым, имеющим долгосрочную перспективу.

Программа была инициирована руководством компании, разработана и управляется направлением спонсорских и благотворительных проектов ОМК (Дирекция по связям с общественностью ОМК). На каждом предприятии в отделах по связям с общественностью есть координатор социальных проектов, который отвечает за проведение конкурса социальных волонтерских проектов, курирование и мониторинг волонтерских проектов.

РЕШАЕМЫЕ ЗАДАЧИ:

- Создание алгоритма сотрудничества между компанией и работниками, компанией и местными сообществами, НКО, бизнес-партнерами (например, Металлинвестбанком) и дистрибьюторами в вопросах благотворительной деятельности.
- Расширение благотворительного вклада компании, поддержка социально уязвимых групп населения, которые редко становятся благополучателями крупных социальных проектов в моногородах.
- Развитие фандрайзинга среди персонала компании (staff fundraising), привлечение дополнительных материальных и нематериальных ресурсов для решения острых социальных проблем в регионах.
- Развитие нематериального поощрения сотрудников компании.
- Повышение степени вовлечения сотрудников в программу в качестве активных участников.
- Увеличение год от года числа добровольцев, вовлечение партнеров, клиентов компании, граждан в реализацию программы корпоративного волонтерства.
- Повышение устойчивости программ через вклады местных сообществ и НКО
- Оценка, описание и распространение лучших волонтерских практик в регионах присутствия компании.

ЭТАПЫ ПРОГРАММЫ

Программа состоит из шести этапов.

1. Оценка мотивации руководства к развитию добровольчества в компании

С этой целью в октябре 2014 года был проведена встреча председателя правления ОМК А. М. Седых с руководителями предприятий, на которой обсуждались вопросы развития корпоративного волонтерства на пред-

приятиях и вовлечения топ-менеджеров в добровольческие проекты. Также для координаторов социальных проектов, отвечающих в регионах за реализацию программы по корпоративному волонтерству, в Москве был организован тренинг по социальному проектированию.

2. Проведение исследования о готовности сотрудников принимать участие в волонтерских проектах и получение информации об их предпочтениях

Исследование позволяет выяснить, кому именно хотят помогать волонтеры, что их может мотивировать заниматься волонтерской деятельностью, с какой частотой нужно проводить акции и что мешает заниматься добровольчеством.

Исследование проводилось в московском офисе и на всех предприятиях ОМК в 2014 году. Результаты продемонстрировали, что более 60 % ответивших (всего приняло участие 2 237 сотрудников) участвовали в различных волонтерских акциях и лишь у 39,3 % нет опыта волонтерской деятельности. По всей компании сотрудники предпочли бы проводить волонтерские акции один раз в полгода, это позволяет лучше подготовиться, продумать акцию, не происходит «эмоциональное выгорание волонтеров». Часть респондентов отметили, что им необходимо пройти обучение, чтобы лучше справляться с обязанностями волонтера, а чуть менее чем половине опрошенных необходима нормативная база, регламентирующая корпоративное волонтерство в компании.

Почти 13 % опрошенных готовы сами предлагать компании социальные проекты и вовлекать коллег в волонтерство. При этом порядка 18 % готовы стать волонтерами, если с ними в акциях будет участвовать руководитель. Столько же процентов опрошенных знает, кому в их городах требуется помощь. Более 12 % готовы взять на себя координацию волонтерских акций по определенному направлению и провести благотворительную акцию, если компания компенсирует часть расходов. Таким образом, сотрудники ОМК к волонтерским проектам относятся позитивно, рассматривают их как инструмент развития местных сообществ, улучшения качества жизни в регионах, командообразование.

3. Определение благополучателей

Исследование показало, что сотрудники предприятий хотели бы помогать самым разным группам благополучателей, видят «проблемные зоны» своих городов и регионов и хотели вы внести свой вклад в изменение ситуации. В целом сотрудники готовы оказывать помощь детям и молодежи, осуществлять поддержку людей в трудной жизненной ситу-

ации, помогать людям старшего возраста, реализовывать добровольческие акции в области охраны окружающей среды и экологии, заниматься благоустройством города, организовывать культурные и развлекательные мероприятия, а также вести пропаганду здорового образа жизни.

4. Проведение тренингов для волонтеров

На всех предприятиях прошли презентации результатов опроса по корпоративному волонтерству и мотивационные тренинги для потенциальных волонтеров «Волонтерство: от идеи до реализации», включавшие в себя элементы социального проектирования, этапы реализации волонтерского проекта, примеры успешных волонтерских акций внутри как ОМК, так и других российских и международных бизнес-компаний. Сотрудники предприятий поучаствовали в тренингах по социальному проектированию и фандрайзингу.

На тренинги были приглашены представители региональных НКО и муниципальных учреждений с целью выстраивания межсекторного партнерства, которое создает устойчивость для развития корпоративного волонтерства на местах.

5. Привлечение, подготовка, мотивация, поощрение и сопровождение

Программа корпоративного волонтерства уже становится частью корпоративной культуры ОМК и включает в себя этапы привлечения, подготовки, мотивации, поощрения и сопровождения.

Система привлечения включает в себя разработку внутренней и внешней информационных кампаний, выпуск постеров, размещение информации о волонтерстве на сайтах, в социальных сетях, личный пример руководителей и известных людей, информационные рассылки, наглядный материал с проведенных мероприятий. Были опубликованы статьи по добровольчеству в журнале «ОМК-Команда», в корпоративных СМИ, на порталах предприятий. Также на предприятиях были вывешены постеры, ролики на мониторах.

Система подготовки состоит из обучающих тренингов для волонтеров, проведения инструктажей перед акциями, раздаточного материала, проведения мозговых штурмов, исследования российского и международного опыта, организации выездов, где волонтеры могут быть наблюдателями.

Системой мотивации стал конкурс социальных и благотворительных проектов «ОМК-Партнерство» для сотрудников компании. В начале 2015 года был объявлен конкурс благотворительных и спонсорских проектов «ОМК-Партнерство», направленный на создание социального партнерства

и возможностей для внедрения инновационных технологий устойчивого развития регионов, а также на развитие волонтерского движения компании.

По условиям конкурса, волонтерские проекты должны быть реализованы в городах, где расположены предприятия ОМК. Сотрудники компании могли реализовать проекты помощи социально незащищенным слоям населения, а также предложить проектные идеи в области экологии, пропаганды здорового образа жизни, охраны культурного наследия и других. Предпочтение отдавалось проектам, предусматривающим партнерство с некоммерческими, муниципальными и государственными учреждениями. Добровольческие проекты сотрудников были профинансированы на сумму до 50 тыс. рублей, а также получили от компании информационную и организационную поддержку. Общий бюджет конкурса для волонтеров-сотрудников составил 5,5 млн руб.

Каждую заявку рассматривали эксперты — представители власти, бизнеса, некоммерческих учреждений, профсоюзных организаций, советов молодых металлургов. Так, в Челябниской области в состав комиссии вошли представители министерства социальных отношений области, сотрудники местного отделения Сбербанка России, управления по делам молодежи Челябинска и другие. В некоторых регионах ресурсные центры для СО НКО провели для потенциальных участников конкурса и сотрудников предприятий тренинги по социальному проектированию, а также консультации по заполнению грантовых заявок.

Эти факторы во многом повлияли на количество и качество полученных заявок. Всего было подано 107 заявок от волонтеров — сотрудников компании, из них конкурсные комиссии выбрали 41. Примечательно, что количество полученных заявок выстроилось пропорционально уровню вовлеченности персонала на предприятии, определенному в ходе исследования вовлеченности.

Наиболее интересные из отобранных заявок: «С любовью к спорту» (восстановление баскетбольной площадки в поселке силами сотрудников электросварщиков — в свободное время они сварят из арматуры и профильной трубы спортивные снаряды), «Чусовой — чистые берега» (проект в области защиты окружающей среды), «Больничные мамы» (уход за детьми-сиротами и детьми, оставшимися без попечения родителей, которые проходят длительное лечение в медицинском учреждении), «Выкса на зарядке» (проведение зарядки на свежем воздухе для всех горожан).

Система поощрения. В ходе опроса по корпоративному волонтерству среди сотрудников ОМК выяснилось, что для многих важно быть приглашенным на праздники и специальные мероприятия компании (37 %), стать героем корпоративных (35 %) или внешних СМИ (33 %), получить

благодарственные письма от руководства (37 %), сертификат от компании (23 %). Были предложения организовать слеты для волонтеров внутри компании, акции волонтерского обмена и соревнований между предприятиями. Создать таблицы рейтинга волонтеров с начислением баллов за участие в волонтерских мероприятиях компании, установление призов за первые 10 мест в рейтинге каждого предприятия отдельно и по ОМК в целом, размещение данной таблицы в корпоративной сети. Высказывались предложения защитить наиболее активных волонтеров от увольнения, больше вовлекать профсоюзы, советы молодых металлургов в волонтерские проекты. Материальное поощрение как стимул участия в волонтерском движении в ходе опроса выбрали почти 43 % опрошенных по всей компании. Итоги реализации программы продемонстрировали, что для многих волонтеров-сотрудников стать лидером волонтерского проекта — это социальный лифт, возможность построения карьеры внутри компании.

Система сопровождения. В программе развития корпоративного волонтерства также есть этапы методического сопровождения. Например, подготовка брошюр «Волонтерство в компании ОМК» или «Примеры волонтерских проектов в области охраны окружающей среды и здорового образа жизни», «Методы профилактики эмоционального выгорания у волонтеров».

6. Мониторинг и оценка волонтерской деятельности.

Мониторинг и оценка волонтерской деятельности подразумевает учет затрат, количество отработанного времени («волонтеро-часы»), количество проведенных акций, количество волонтеров и вновь привлеченных волонтеров, количество привлеченных ресурсов (материальных и нематериальных), социальный эффект, количество благополучателей, которым оказана помощь. Также будет учитываться обратная связь волонтеров о качестве реализованных проектов или акций. Заложены средства на оценку программы внешними экспертами.

Полученные уроки: в волонтерских акциях принимали активное участие сотрудники в возрасте от 25 до 45 лет и члены их семей, а также внешние волонтеры (представители НКО, местных сообществ). В основном это сбор средств, адресная помощь, субботники, донорство крови, концерты. Вместе с тем отмечалась характерная динамика: сначала сотрудниками выбирались «пассивные формы» волонтерства: акции по сбору вещей и средств, участие в культурных мероприятиях благотворительного фонда «ОМК-Участие». Однако после обучения волонтеров социальному проектированию, фандрайзингу и предоставления ресурсов

для реализации волонтерских проектов в рамках конкурса «ОМК-Партнерство» появились социальные проекты в партнерстве с НКО, государственными и муниципальными учреждениями, местными сообществами, администрациями регионов присутствия.

РЕЗУЛЬТАТЫ: КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

- 264 волонтерские акции в регионах присутствия компании и в Москве.
- 5 680 сотрудников-волонтеров, отработавших в среднем по 4 часа, было вовлечено в благотворительную деятельность компании в регионах присутствия, в том числе сотрудники «Металлинвестбанка», партнера ОМК. Количество волонтеро-часов составило 22 720 часов (946 дней).
- Количество благополучателей: 2 000 человек получили благотворительную помощь на общую сумму 786 300 рублей, собранных в ходе общекорпоративных волонтерских акций.
- Нематериальные пожертвования сотрудников — волонтеров: более 100 новогодних подарков собрано сотрудниками московского офиса ОМК во время акции «Письмо Деду Морозу». Также были пожертвованы книги, канцелярские товары, техника, наборы для школы и другое.
- На конкурс благотворительных и социальных проектов «ОМК-Партнерство» было подано 107 волонтерских заявок от сотрудников предприятий, одобрен 41 проект.
- Проведено 6 тренингов по корпоративному волонтерству для сотрудников предприятий, 4 тренинга по социальному проектированию и фандрайзингу.
- Проведено 7 донорских акций, 220 сотрудников компании являются постоянными донорами.
- Произошел переход от адресной помощи к социальному проектированию.
- Расширился благотворительный вклад компании со стороны работников, поддержаны социально уязвимые группы населения, которые редко становятся благополучателями крупных социальных проектов в моногородах.
- Развился фандрайзинг среди персонала компании, привлечены дополнительные материальные и нематериальные ресурсы для решения острых социальных проблем в регионах.
- Апробированы различные виды волонтерских акций.

- Укрепилось трехстороннее социальное партнерство «бизнес — власть и общество».
- 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.

В компании планируют продолжение и развитие программы. В числе планов — внедрение единой программы мотивации и поощрения волонтеров, использование новых идей для акций (pro bono, наставничество, внедрение социального проектирования и другие), проведение мониторинга удовлетворенности деятельностью у волонтеров и другие.

Елена Трахтенберг, IBLF:

«В программе присутствуют устойчивость, долгосрочность и системный подход. Создан алгоритм сотрудничества между компанией и стейкхолдерами, включая сотрудников, региональные НКО и бизнес-партнеров. Зафиксирован рост числа добровольцев и вовлеченности партнеров, регулярно проводится оценка, описание и распространение лучших волонтерских практик в регионах присутствия компании».

III место

Создание Волонтерского центра Благотворительного фонда «Система», ОАО АФК «Система»

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ:

консолидация сотрудников корпорации для решения социальных и общественных вопросов, возникающих перед местными сообществами и обществом в целом

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ:

с 2014 года

БЮДЖЕТ:

2 млн рублей

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

сотрудники компаний АФК «Система» и члены их семей

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ:

Во многих компаниях, входящих в АФК «Система», сложилась устойчивая практика участия сотрудников в поддержке детских домов, ветеранов, экологических акциях и других. Успешный опыт многолетнего развития и институционализации корпоративного волонтерства доказал свою эффективность и высокий потенциал для повышения вовлеченности сотрудников в социальные проекты. Было принято решение о создании единого корпоративного Волонтерского центра (ВЦ) на базе Благотворительного фонда «Система», который является ключевым инструментом реализации социальной политики корпорации. Создание центра, начавшееся в 2014 году, направлено на конвергенцию уже существующих социальных проектов и усиление их эффекта, тиражирование лучших волонтерских практик в корпорации, объединение неравнодушных сотрудников в интересах решения масштабных задач на благо общества в рамках приоритетов политики КСО и благотворительности АФК «Система».

Созданию ВЦ предшествовало анкетирование сотрудников корпорации, которое выявило высокую расположенность к добровольческой деятельности. Согласно опросу, основной причиной своего волонтерства сотруд-

ники назвали желание внести вклад в жизнь общества. Вторая причина — личная заинтересованность, эмоциональное включение в проблему, третья — желание поделиться профессиональными навыками на благо общества. Выяснилось, что потенциально сотрудники корпорации готовы тратить от нескольких часов (43%) и дней (19,5%) в месяц до нескольких дней в неделю (1,6%).

Волонтерский центр является бессрочным направлением деятельности БФ «Система», сотрудничает с АФК «Система» и дочерними зависимыми компаниями, правительством Москвы и Московским городским советом ветеранов в рамках соглашения о социальной поддержке ветеранов и патриотическом воспитании молодежи.

Ключевые задачи Волонтерского центра:

- популяризация идеи волонтерства среди сотрудников компании, содействие всестороннему развитию и мотивации волонтеров, формированию у них активной жизненной позиции;
- разработка и реализация волонтерских интегрированных проектов, привлечение внешних социальных и коммерческих партнеров к акциям;
- повышение эффективности и качества инициируемых добровольческих проектов за счет организации обучающих семинаров для волонтеров корпорации.

Основные направления работы Волонтерского центра: помощь социально незащищенным слоям общества, решение экологических вопросов, решение вопросов профориентирования и социализации воспитанников детских домов.

В настоящий момент функциями ВЦ являются:

- доработка и администрирование проектов (как собственных, так и предложенных партнерами),
- привлечение и координация волонтеров (посредством взаимодействия с координаторами волонтерского движения в HR- и PR-службах, корпоративной почты и СМИ компаний, входящих в АФК «Система»);
- привлечение социальных и бизнес-партеров (в большинстве случаев партнеры индивидуальны для каждой акции, однако уже сформировался пул постоянных единомышленников).

Программы ВЦ определяются и бюджетируются согласно стратегии фонда на текущий год и актуальным социальным потребностям общества. Все программы ВЦ и их финансирование проходят одобрение попечительским советом БФ «Система».

Система мотивации волонтеров

Волонтерами являются сотрудники компаний, входящих в АФК «Система». Поощрение добровольцев предусматривает бесплатное медицинское обслуживание, занятия спортом в корпоративных фитнес-клубах, воз-

можность получения бесплатного дополнительного образования, персонального развития и как результат — карьерный рост в корпорации.

Волонтерство рассматривается как одна из важных форм нематериальной мотивации персонала и возможность для продвижения сотрудников в группе компаний за счет повышения вовлеченности и наращивания личностных компетенций (ответственность, инициативность и т. п.). Востребованным поощрением считается дополнительное образование по волонтерству, расширение компетенций на базе лучших практик с участием приглашенных тренеров-преподавателей, лекции отечественных и мировых экспертов в области КСО, участие в партнерских программах, обмен опытом через участие в интегрированных акциях, возможность участия в национальных и мировых экспедициях (экспедиции Русского географического общества). Одной из форм поощрения являются публичное признание, награждение лучших, присвоение званий «лучший волонтер», «волонтер-спикер» (передача лучшего опыта). Личные истории добровольцев публикуются на официальном сайте Волонтерского центра и в корпоративной прессе. Волонтерские мероприятия, организуемые БФ «Система», проводятся при поддержке ветеранских организаций, руководства детских домов и других партнеров.

В 2014 году наиболее значимыми реализованными социальными акциями стали следующие:

- в сотрудничестве с Паралимпийским комитетом России была реализована спортивно-реабилитационная программа для детей инвалидов из детских домов «Олимпийские старты»;
- совместные проекты с правительством Москвы к 70-летию Победы по поддержке ветеранов ВОВ и патриотическому воспитанию молодежи — «Волонтерские сады Победы»; просветительские экскурсии для детей из подшефных детских домов в центральные музеи военной истории «Живая история»; программа медицинской помощи и санаторно-курортного лечения «Забота о ветеранах»; волонтерская акция по оказанию адресной помощи «Помоги ветерану»; праздничные приемы и концерты для ветеранов;
- проведение благотворительных акций и спектаклей для детей из детских домов ко Дню защиты детей и Новому году — «Елка желаний», благотворительные спектакли «Золушка», «Бременские музыканты», «Доктор Айболит».

Самыми востребованными направлениями добровольческой деятельности в 2014 году стали проекты, направленные на помощь детям-сиротам, пожилым людям, ветеранам, инвалидам, детям из многодетных и малообеспеченных семей.

Всего за 2014 год в проектах ВЦ (не считая самостоятельных волонтерских акций компаний АФК «Система») приняло участие 1 877 волонтеров

из 14 компаний (как рядовых сотрудников корпорации, так и представителей высшего руководства), которые оказали помощь и выполнили работ на 7 910 000 рублей для 4 313 благополучателей.

С лета 2014 года ВЦ реализовал 52 акции, привлек 11 социальных партнеров, в числе которых: Паралимпийский комитет России, храм Христа Спасителя, издательство «Детская литература», «Азбука Аттикус», торговые сети «X5 Ритейл», «Бахетле» и многие другие. БФ «Система» в числе первых участников присоединился к Национальному совету по корпоративному волонтерству, созданному по инициативе Ассоциации менеджеров России в декабре 2014 года.

Критериями оценки работы ВЦ считается количество задействованных сотрудников корпорации, их отдача обществу (социальный эффект в соотношении с затраченным временем и ресурсами), а также привлечение к социальному партнерству новых членов — социальных учреждений, государственных организаций и бизнес-структур. ВЦ нацелен на долгосрочные проекты, которые повлекут позитивные изменения в центре приложения сил в будущем.

Важным показателем потенциала корпоративного волонтерского движения АФК «Система» является то, что в каждом новом проекте принимает участие большее количество добровольцев. Общее количество вовлеченных в добровольческую деятельность сотрудников корпорации за год выросло почти в 2,5 раза — с 3,3 до 8 тысяч человек. В среднем порядка 10% от общей численности сотрудников дочерних компаний корпорации вовлечены в волонтерскую деятельность. Условная экономия по вовлечению сотрудников-волонтеров составила порядка 750 млн рублей из расчета, что в бизнес-структурах, по статистике, затраты на вовлечение одного сотрудника в год доходят до 10 тысяч долларов США.

На 2015 год запланирован ряд общекорпоративных волонтерских акций: к началу учебного года «Рюкзак первоклассника»; интеллектуальное волонтерство в рамках проведения летней школы «Лифт в будущее»; акции в детских домах; волонтерский тур в Государственный Русский музей; новогодняя «Елка желаний» и новогодний благотворительный спектакль для детей, помощь ветеранам к Новому году.

Елена Трахтенберг, IBLF:

«Холдингом создан специальный волонтерский центр для осуществления волонтерских проектов. Проводится анкетирование сотрудников, волонтерство инкорпорировано в корпоративную культуру компаний, входящих в холдинг. БФ Система разработал стратегию волонтерства и критерии для его оценки. КСО-аудит включал аудит волонтерских проектов».

Номинация

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

ПАРТНЕР НОМИНАЦИИ:

факультет государственного управления МГУ имени М. В. Ломоносова

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

Александр Лившин, заместитель декана по международным связям факультета государственного управления МГУ им. М. В. Ломоносова

Одним из важнейших условий развития современной России, повышения конкурентоспособности страны в глобальных процессах является эффективное использование потенциала предпринимательской экономики в целях инновационного развития, структурной перестройки хозяйства, а следовательно, придания импульса российской системе образования. Речь, по сути, идет о переходе от сырьевой экономики к «экономике знаний», в которой первоочередное значение имеет интеллектуальный потенциал, эффективное партнерство образовательных учреждений с государством и бизнесом. В новых условиях образовательные учреждения и бизнес являются составными и неотъемлемыми частями единого экономического механизма, а наличие взаимосвязей делает их нацеленными на достижение сбалансированного экономического роста. Очевидно, что и государственная политика должна быть направлена на создание механизмов взаимосвязи между диверсификацией российской экономики в направлении создания «экономики знаний», качественным экономическим ростом, опирающимся на широкое использование инноваций, и обеспечением этого роста кадрами необходимой профессионально-квалификационной структуры, модернизацией системы образования и повышением эффективности рынка труда.

Современные технологии многообразны и дисперсны, они порождают новые производства и целые отрасли с невиданной ранее быстротой. Процесс структурных изменений в экономике носит непрерывный и весьма масштабный характер, поэтому любые попытки связать сферы образования и занятости методами жесткого, «командного» регулирования лишат эти сферы необходимой в современных условиях гибкой взаимной подстройки. Негосударственные акторы не должны быть исключены из числа субъектов принятия решений, определяющих лицо современной российской системы образования. Такой подход вполне отвечает закрепленному в нормативно-правовых актах государственно-общественному характеру системы образования и соответствует интересам и потребностям компаний, действующих в конкурентной среде, в том числе и на рынке труда. Кроме того, огромную важность имеет предпринимательская инициатива в деле решения наиболее острых социальных проблем с использованием образовательных инструментов и технологий.

Именно поэтому большой интерес представляют образовательные проекты, реализуемые российскими компаниями и направленные на решение важнейших проблем современной России, в том числе главной и основной из них — развития человеческого капитала.

Конкурс 2015 года обнаружил несколько интересных тенденций, что нашло отражение в его итогах и в распределении мест среди проектов-победителей. Во-первых, это стремление повысить уровень знаний населения, начиная с раннего возраста, о здоровом образе жизни, правильном питании, необходимости с молодых лет беречь здоровье и сохранять долголетие. Здоровье нации является ключевым элементом человеческого капитала и социальным фундаментом необходимых экономических преобразований. Именно в силу этого первое место было присуждено проекту компании «Нестле».

Второй важнейшей тенденцией является стремление компаний к реализации проектов, направленных на повышение уровня технических знаний и освоение навыков использования самых современных информационно-коммуникационных технологий. Проект компании «Самсунг» является примером подобного успешного проекта. Этот проект является примером эффективной связи образовательной деятельности с потребностями перехода к современному рынку труда, на котором все более востребованными являются специалисты с инженерными знаниями, владеющие самыми современными технологиями.

Еще одной важной тенденцией, заслуживающей всемерного поощрения, является стремление компаний поддержать при помощи образовательных инструментов российского производителя и переработчика сельскохозяйственной продукции, помочь становлению высокопроизводительных фермерских хозяйств, распространять лучшие практики в области применения самых современных агротехнологий и технологий производства продуктов питания. Проект компании «Данон» является удачным примером подобного подхода.

В целом представленные на конкурс проекты свидетельствует о стремлении компаний, поддерживающих образовательную деятельность, лучше ориентировать структуру предоставляемых образовательных услуг на потребности структурной перестройки российской экономики, развития национального и региональных рынков труда, усиления человеческого потенциала России.

I место:
Школьная образовательная программа «Разговор о правильном питании», ООО «Нестле Россия»

Цели программы:

через образование и воспитание способствовать сохранению и укреплению здоровья подрастающего поколения России

Сроки реализации:

с 1999 года

Бюджет:

54,5 млн рублей

Целевая аудитория:

дети и подростки 6—14 лет и их семьи, педагоги, реализующие программу и педагогическое сообщество

Описание программы:

Программа разработана и внедряется по инициативе и при поддержке компании «Нестле Россия».

Разработке программы «Разговор о правильном питании» предшествовали специальные исследования, проведенные сотрудниками Института возрастной физиологии РФ, анализ содержания программ по обучению и воспитанию, реализуемых в российских школах на период внедрения программы и консультации с представителями Министерства образования РФ, руководителями региональных министерств и департаментов образования.

Основные задачи:

- развивать представления о важности правильного питания и формировать навыки культуры питания и здорового образа жизни у детей и подростков, родителей и педагогов;
- способствовать развитию в российской педагогике научных и методических основ формирова-

ния культуры здоровья у подрастающего поколения путем обобщения наиболее эффективного опыта, накопленного в ходе реализации программы;

- создание условий для взаимодействия педагогов, занимающихся вопросами здоровьесбережения как в России, так и в странах СНГ;
- привлекать внимание государственных, административных структур к вопросам организации питания у детей и подростков;
- вовлекать семьи детей и подростков в различные формы активности, связанные с сохранением и укреплением здоровья.

Проект начал свою работу в 1999 году. Этому предшествовала разработка содержания специальной обучающей программы для школьников в Институте возрастной физиологии Российской академии образования. Руководителем авторского коллектива программы стал академик РАО, директор Института возрастной физиологии М. М. Безруких.

Первоначально программа была ориентирована только на детей шести — восьми лет. Для ее реализации был подготовлен учебно-методический комплект, включающий рабочую тетрадь для школьников и методическое пособие для педагога.

Апробация программы была проведена в девяти регионах России, в ней приняло участие 10 000 школьников. Результаты апробации подтвердили эффективность и востребованность программы. В последующие годы происходило как географическое расширение программы и увеличение числа ее участников, так и развитие ее содержания и форм взаимодействия с участниками.

В настоящее время программа реализуется в 52 регионах России, охват в 2014 году — более 1,1 млн школьников. Всего за годы реализации проекта в нем приняло участие более 6,8 млн детей и подростков. Участники программы — воспитанники детских садов, школ, интернатов, учреждений дополнительного образования, более 60% участников — жители сельских районов, районных центров.

В числе основных направлений работы программы можно отметить исследование эффективности различных педагогических технологий формирования здорового образа жизни в России и международное сотрудничество в рамках реализации программ формирования здорового образа жизни.

Основные методические инструменты реализации программы

Учебно-методические комплекты для школьников, включающие рабочие тетради для школьников, методические пособия для педагогов, плакаты,

мультимедийную игру для школьников «Формула правильного питания», веб-игру для школьников «Город здоровья», веб-разделы для педагогов и родителей (на сайте программы), онлайн-обучение педагогов «Университет программы "Разговор о правильном питании"».

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОГРАММЫ:

Обучение педагогов

Осуществляется через систему научно-методических семинаров, конференций в регионах-участниках программы. В среднем в год организуется 20—22 научно-методических мероприятия, направленных на повышение компетенции педагогов в области формирования здорового образа жизни и правильного питания. Для проведения семинаров и онлайн-лекций привлекаются ведущие специалисты в области возрастной физиологии, педагогики, диетологии.

С 2014 года на сайте начал свою работу «Университет программы "Разговор о правильном питании"». В течение учебного года «студенты» (педагоги, реализующие программу) должны прослушать курс лекций и выполнить ряд тестов и заданий, подготовить свою методическую работу. По итогам обучения педагоги получают свидетельство о повышении квалификации государственного образца. В 2014 году в системе онлайн-обучения подготовлено более 300 педагогов.

Сайт также является эффективной площадкой для обмена опытом между педагогами и популяризацией лучших практик обучения здоровому образу жизни. В разделе «Методическая библиотека» размещаются методические разработки участников программы начиная с 1999 года, доступные всем посетителям сайта.

В рамках программы проводится национальный конкурс методик. Ежегодно в нем принимает участие более 6 000 педагогов. Конкурс проводится в два этапа, педагоги-победители регионального тура конкурса приглашаются в Москву для участия в национальном туре.

Основной площадкой для обмена опытом является ежегодная Национальная конференция «Воспитываем здоровое поколение», которая принимает ежегодно около 150 участников.

Обучение родителей

Осуществляется через систему родительских собраний, проводимых педагогами. С 2014 года начал свою работу раздел сайта, предназначенный для родителей. В этом разделе есть информационный блок, где размещаются основные сведения о правильном питании и здоровом образе жизни детей и интерактивный блок, где проводится три конкурса

для семей — участников программы (конкурс семейной фотографии, кулинарный конкурс «Пишем книгу рецептов», конкурс «Академия воспитания»). В 2014 году в онлайн-активностях на сайте приняло участие более 1 500 человек.

Ежегодно проводится Национальный офлайн-конкурс семейной фотографии. Количество участников в 2014 году — 7 000 человек. Семьи-победители конкурса приглашаются в Москву на трехдневную экскурсию.

Научные исследования

С 2010 года в рамках программы реализуется исследовательское направление, цель которого — получение научного обоснования стратегии, форм и методов воспитания основ культуры здоровья. К настоящему времени проведено три крупномасштабных мониторинга. Получены данные о специфике структуры питания детей различных возрастных групп, особенностей их образа жизни, а также влиянии специального обучения на знания, поведение, образ жизни детей. На основании этой информации происходит регулярное обновление содержания программы, разработка новых направлений. Полученные данные представляют общенаучный интерес. Они были опубликованы в ряде научных реферируемых журналах, как российских, так и международных, и неоднократно представлялись на научных конференциях.

Международное сотрудничество

Российская программа «Разговор о правильном питании» в настоящее время является частью глобального проекта «Здоровые дети», реализуемого компанией «Нестле». 77 программ, направленных на формирование здорового образа жизни, реализуется в 73 странах. Российская программа признана среди них лучшей. Опыт программы активно используется другими странами для разработки собственных проектов. В 2014 году результаты работы программы были представлены на Международной конференции по профилактике ожирения. В настоящее время в рамках программы активно развивается международное сотрудничество с проектами формирования здорового образа жизни, реализуемыми компанией «Нестле» в странах СНГ — Казахстане, Узбекистане, Белоруссии. В рамках этого сотрудничества в 2014 году была проведена международная конференция, организовано совместное исследование особенностей питания детей, прошел Первый международный детский конкурс и телемост между школьниками — участниками программы из России и Белоруссии.

ОСНОВНЫЕ ПАРТНЕРЫ ПРОГРАММЫ

Органы власти: Министерство образования и науки РФ (одобрение содержания программы, рекомендации к использованию опыта реализации); региональные структуры управления образованием (курирование работы программы в регионе).

Научные учреждения: Институт возрастной физиологии Российской академии образования (разработка содержания программы, научно-методическое консультирование); Институт питания Российской Академии медицинских наук (научное консультирование); Институт антропологии Российской Академии наук (научное консультирование, участие в проведении исследований); Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Центр исследования проблем воспитания, формирования здорового образа жизни, профилактики наркомании, социально-педагогической поддержки детей и молодежи» Министерства образования и науки РФ (научное консультирование).

Общественные организации: Всероссийская легкоатлетическая ассоциация — методическое консультирование программы.

УЧАСТИЕ ВОЛОНТЕРОВ В РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Основные участники реализации программы — педагоги и координаторы программы в регионах (сотрудники региональных департаментов образования) работают в проекте на безвозмездной основе.

Ежегодно в реализации программы участвует 52 координатора и более 40 000 педагогов. Количество волонтеров увеличивается в соответствии с расширением масштабов проекта. Поощрение педагогов и координаторов осуществляется через систему конкурсов (в зависимости от степени участия — благодарственные письма, дипломы, сертификаты о повышении квалификации), ежегодно все координаторы и педагоги-победители региональных туров приглашаются на трехдневную конференцию в Москву. В 2014 году было поощрено более 3 000 педагогов.

В рамках реализации проекта регулярно проводятся мероприятия, направленные на информирование сообщества и власти о результатах работы проекта:

- Пресс-брифинги для федеральных и региональных СМИ. В 2014 году проведен один федеральный и три региональных пресс-брифинга. Всего за время реализации программы — около 30 региональных и федеральных пресс-брифингов и пресс-мероприятий.
- Подготовка и публикация статей в федеральных и региональных СМИ — в 2014 году по итогам реализации программы вышло более 50 публикаций.

- Выступления представителей программы в средствах массовой информации, на национальных и региональных конференциях (2014 год — восемь конференций).

Реализация программы осуществляется путем предоставления ее участникам инструментария и организационных площадок для решения их профессиональных задач, связанных с формированием здорового образа жизни у детей.

РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОГРАММЫ:

- создание эффективной модели обучения основам правильного питания, позволяющей формировать навыки здорового образа жизни у детей и подростков;
- масштабная реализации программы — программа реализуется в 52 регионах, приняло участие более 6,5 млн школьников;
- формирование сообщества педагогов, заинтересованных в вопросах воспитания культуры подрастающего поколения;
- создание эффективной модели обучения педагогов технологиям формирования здорового образа жизни у школьников;
- развитие международного сотрудничества между педагогами из разных стран в рамках деятельности по воспитанию культуры здоровья.

Оценивая социальную значимость проекта, можно констатировать, что программа вносит реальный вклад в формирование культуры здорового образа жизни подрастающего поколения. При этом программа внедряется не только в крупных городах, но и в сельских регионах, маленьких городах и поселениях (более 60% участников — сельские школы), что означает оказание помощи социальным группам, нуждающимся в поддержке. Программа привлекает внимание различных социальных групп к вопросам правильного питания и здорового образа жизни детей и формирует у взрослых представление о важности и значимости правильного питания, оказывает воздействие на организацию питания в семье.

СТРАТЕГИЯ ОЦЕНКИ ПРОЕКТА

В рамках реализации проекта осуществляется его регулярная всесторонняя оценка.

1. Содержание программы оценивается экспертами Института питания РАМН с точки зрения его соответствия современным научным подходам к определению правильного питания (письма-заключения).

2. Содержание программы оценивается специалистами Российской академии образования с точки зрения его соответствия методологии обучения (заключение ученого совета Института возрастной физиологии РАО).
3. Результаты внедрения программы, ее эффективность оценивается Министерством образования и науки РФ.
4. Регулярно проводится исследование оценки эффективности программы. В 2010 году исследование было проведено агентством MASMI, в 2013 и 2014 годах агентством «Комкон». В исследовании принимают участие около 600 человек из разных регионов (300 пар «родитель — ребенок»).

Идеология оценки эффективности базируется на следующем. Программа является воспитательной, сфера ее воздействия — поведение детей, связанное с питанием и заботой о собственном здоровье. Основной инструментарий программы — педагогический, используются воспитательные технологии и методики. Критериями оценки эффективности проекта служат конкретные позитивные изменения структуры поведения школьников. Безусловно, эти изменения рассматриваются как вклад в улучшение состояния здоровья детей-участников в целом (связь поведения человека и состояния его здоровья многократно подтверждена различными научными исследованиями). Однако для определения эффективности программы используются только те показатели-мишени, на которые непосредственно было направлено воздействие проекта.

Так, в ходе исследования сравниваются знания, оценки и поведение детей, связанные с питанием и заботой о собственном здоровье до начала изучения программы и после ее изучения.

Исследования позволили сделать следующие выводы:

- программа позволяет сформировать у детей и подростков знания о правильном питании, полезных продуктах и блюдах, здоровом образе жизни;
- программа формирует позитивное отношение у детей и подростков к правилам рационального питания, понимание их важности и значения;
- программа формирует у детей полезные навыки и привычки в области правильного питания и заботы о собственном здоровье, готовность к ним;
- программа привлекает внимание родителей к вопросам организации питания их детей, позволяет осознать важность правильного питания, физической активности для здоровья и развития ребенка;

- программа стимулирует взрослых — родителей, педагогов — вести здоровый образ жизни.

Компания планирует продолжение и развитие проекта в сторону дальнейшего увеличения числа участников (до 1,4 млн в 2015 году), расширения географии проекта (до 56 в 2015—2016 годах) и развитие форм взаимодействия с участниками, таких как новый международный детский конкурс, дополнительных онлайн-конкурсов для педагогов, школьников и родителей.

Александр Лившин, ФГУ МГУ им. М. В. Ломоносова:

«Программа является комплексным инструментом, позволяющим в классический процесс воспитания детей внести современные элементы обучения здоровому образу жизни. Важно отметить не только большое число участников этого процесса, но четко прописанные функции и обязанности — педагогов, родителей, региональных и федеральных органов власти, академического сообщества. Хотя проект существует уже довольно давно, но каждый год в нем появляются новые элементы, отражающие изменение ситуации и потребности целевых аудиторий. Так, добавленный в 2014 году раздел на сайте для родителей направлен на их большее вовлечение в процесс совместного воспитания здоровых детей. Особое внимание хочется обратить на долгосрочное планирование в программе — как финансовое, так и в отношении ожидаемых результатов — элемент, который пока не всегда присутствуют у российских благотворителей».

II место:

«IT ШКОЛА SAMSUNG», Samsung Electronics / ООО «Самунг Электроникс Рус Компани»

ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ:

внести вклад в обучение будущих инженерно-технических кадров на благо России, используя профессиональную экспертизу инженеров-разработчиков и современные технологии Samsung

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ:

с 2013 года

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

учащиеся и выпускники, преподаватели, школы, университеты и работодатели

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ:

Цель проекта «IT ШКОЛА SAMSUNG» продиктована актуальной задачей Правительства РФ по развитию научно-технического образования и сформулирована в ответ на необходимость значительного увеличения числа инженерных кадров для обеспечения потребностей экономики страны. Одним из способов увеличения числа таких специалистов является популяризация технических специальностей и развитие системы дополнительного образования со школьной скамьи.

Программа направлена на решение следующих задач: дать доступное (бесплатное) дополнительное IT-образование старшеклассникам по всей стране, развить интерес к сфере IT-инноваций, помочь в профессиональном самоопределении школьников, повысить уровень знаний учащихся для последующего поступления в высшие учебные заведения.

В 2013 году проект «IT ШКОЛЫ SAMSUNG» был представлен и получил поддержку Министерства образования и науки Российской Федерации, после чего началась подготовка к пилотному (и далее — федеральному) запуску программы. В настоящее время проект реализуется на основании

соглашений за подписью руководителей департаментов/управлений регионального и муниципального уровней. Гостями мероприятий программы становятся руководители и представители региональных и городских администраций (например, губернаторы Нижегородской и Калининградской областей, президент Республики Татарстан и другие). В рамках проекта подписаны соглашения о сотрудничестве со многими органами управления образованием и вузами (всего 22 соглашения).

ПОДХОД К РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

В рамках организованного учебного процесса школьники осваивают учебную программу по основам IT и программирования. Курс разработан специалистами исследовательского центра «Самсунг» совместно с МФТИ и рассчитан на один учебный год (126 академических часов). Занятия проводятся в формате дополнительного образования, где школьники комплексно изучают основы IT и получают практические навыки создания мобильных приложений на языке Java под Android. Учебный процесс осуществляется на базе оборудованных классов с использованием современной техники Samsung и комплексного решения для интерактивного обучения — Samsung School. Занятия ведут высокопрофессиональные преподаватели, отобранные специалистами исследовательского центра Samsung и прошедшие дополнительное повышение квалификации по программированию на Java под Android.

Активное участие в развитии программы на волонтерских началах принимают инженеры-разработчики исследовательского центра «Самсунг», которые занимаются разработкой и проведением обучающих вебинаров, написанием практических заданий и тестов по курсу, участием в проведении интервью с преподавателями и в обучении учителей, оказывают помощь в разработке электронной системы управления учебным процессом.

Проект является полностью некоммерческим, компания Samsung взяла на себя расходы по оборудованию учебных классов, созданию учебного курса, обучению преподавателей и оплате их работы. Специально выделенные сотрудники обеспечивают методическую и организационную поддержку, обеспечивая соблюдение единых стандартов реализации проекта. Все оборудование передается в собственность школ, участвующих в проекте, на безвозмездной основе. Поощряется его использование для ведения общеобразовательных предметов. Компания Samsung также покрывает все расходы на услуги по монтажу техники «под ключ» и сервисную поддержку, включая расширенную гарантию на оборудование. Учебные классы оборудованы, например, интерактивными элек-

тронными досками, планшетами и ноутбуками для учителя и на каждого ученика в группе, программным обеспечением Samsung School.

В помощь учителю разработаны учебно-методические материалы: методические указания по каждому модулю (тематическое наполнение уроков), набор упражнений по каждому модулю, варианты индивидуальных заданий, тесты по каждому модулю и итоговый тест.

Учащиеся и выпускники, участвующие в программе, укрепляют свои знания по основам IT и программирования, получают практические навыки по созданию приложения для мобильных телефонов и планшетных компьютеров на платформе Android. Они повышают уровень подготовки для последующего обучения в университете, при этом получают сертификат об окончании курса от компании Samsung, дающий дополнительные баллы при поступлении в ряд ведущих технических вузов.

Преподаватели через освоение программы курса и дополнительное обучение приобретают знания по современным языкам программирования и повышают свой профессиональный уровень.

Школам участие в проекте позволяет создавать на своей базе экспертные центры в области развития дополнительного образования по основам IT-программирования и стать площадками для обучения наиболее мотивированных школьников всего города, не ограничиваясь собственными учащимися. Кроме того, они укрепляют школьную материально-техническую базу.

Университеты получают большее число учащихся, мотивированных на получение технических специальностей и повышенный входной уровень знаний абитуриентов. В перспективе работодатели через пять — семь лет увидят качественный прирост в количестве профессиональных технических специалистов.

ПАРТНЕРСТВО

Упомянутые выше соглашения с органами управления образованием и вузами предполагают их содействие в выборе учебного учреждения, на базе которого реализуется проект, в организационной, информационной и правовой поддержке, в подборе преподавателей, обладающих необходимой квалификацией, в совместном мониторинге реализации и результатов проекта.

В рамках «IT ШКОЛЫ SAMSUNG» реализуется сотрудничество с ведущими техническими университетами России и учебными центрами, в частности с Московским физико-техническим институтом и МГТУ им. Баумана. Поддержку проекту оказывают вузы, за которыми закреплены школы и лицеи в городах: Казанский федеральный университет, Уфим-

ский государственный нефтяной технический университет, Новосибирский государственный технический университет, Российский университет дружбы народов.

В первый год обучение прошли свыше 1 000 учащихся, из которых приблизительно половина выполнили все требования к освоению программы курса и успешно защитили индивидуальные проекты. 154 приложения были номинированы на участие во Всероссийском конкурсе проектов «IT ШКОЛА выбирает сильнейших!», который проводился в 20 городах России среди старшеклассников, обучавшихся по программе «IT ШКОЛА SAMSUNG». 17 лучших разработок из 11 городов России были отобраны для участия в финале.

ПРИМЕРЫ ПРИЛОЖЕНИЙ, РАЗРАБОТАННЫХ УЧАЩИМИСЯ

Touch Cube

Приложение позволяет создавать цветные 3D-объекты из трехмерных «пикселей», сохранять созданные модели и делиться ими в социальных сетях. Автор: Григорий Сенченок, г. Москва

Башкирский словарь

Приложение способствует решению важной задачи сохранения башкирского языка путем коллективной работы над словарем. Автор: Тюрганов Кирилл, г. Уфа

Gravity Particles

Игра — симуляция поведения гравитационных частиц, которые могут притягиваться или отталкиваться друг от друга в зависимости от заряда частиц и заряда поля. Автор: Андрющенко Андрей, г. Хабаровск

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ

Комплексный анализ результатов программы производится на регулярной основе с целью ее дальнейшего улучшения. Это позволяет мотивировать учащихся, совершенствовать программу учебного курса и внедрять наиболее прогрессивные практики обучения информационным технологиям в школе, развивать новые направления партнерства и использовать дополнительные возможности и инструменты для развития программы.

Анализ эффективности программы включает:

1. Оценка деятельности со стороны штаб-квартиры компании Samsung в Корее. Общая оценка выставляется по полугодиям. В 2014 году

«IT ШКОЛА SAMSUNG» признана штаб-квартирой среди лучших проектов в сфере образования и получила статус Global Best Practice.

2. Оценка со стороны учащихся и преподавателей программы. По результатам опроса выпускников и преподавателей пилотных групп (февраль 2014) 100% преподавателей высказали желание продолжить сотрудничество в новом учебном году, 98% учащихся готовы рекомендовать программу своим друзьям и одноклассникам.
3. Оценка со стороны ведущих вузов России. Качество подготовки учащихся «IT ШКОЛЫ SAMSUNG» высоко оценено рядом университетов — сертификат об успешном окончании программы дает дополнительные баллы (в среднем — пять баллов) при поступлении в вузы — партнеры программы, что зафиксировано в правилах приема.

Поддержка программы со стороны компании Samsung рассчитана на пять лет и обучение 5 000 школьников.

В дальнейшем планируется доработка учебного курса с учетом накопленного опыта, повышение квалификации преподавателей и качества ведения учебного процесса, проведение конкурсов для выявления лучших проектов учащихся, развитие и укрепление взаимодействия с ведущими техническими вузами.

Александр Лившин, ФГУ МГУ им. М. В. Ломоносова:

«Главная отличительная черта проекта — реплицирование разработанной технологии, которое проходит уже несколько лет и планируется к дальнейшему расширению. Найденный формат и содержание обучения остается востребованным среди молодежи, поэтому можно ожидать только увеличения желающих пройти подобные курсы. Важно отметить такой элемент, как поддержку программы со стороны местных властей и органов образования тех регионов, в которых она реализуется: в каждом регионе подписывается специальное соглашение с органами управления образования и вузами, что дает возможность легитимно включать курс в качестве дополнительного образования в действующую систему подготовки кадров. Отличает программу и активное участие сотрудников компании в качестве волонтеров-учителей и разработчиков программного обеспечения для курсов. Таким образом, программа представляет собой качественную платформу как для продвижения бренда, так и для реализации социальных приоритетов компании».

III место

Образовательный проект для повышения квалификации производителей молока «Молочная бизнес-академия», группа компаний Danone в России

Цели программы:

обучение специалистов молочной промышленности новейшим практикам и методам, помогающим повысить эффективность молочных хозяйств

Сроки реализации:

с 2012 года

Бюджет:

10 млн рублей

Целевая аудитория:

специалисты, руководители молочных хозяйств, преподаватели университетов, студенты сельскохозяйственных университетов

Описание программы:

В Российской Федерации наблюдается дефицит производства молока (по оценочным данным не менее 4 млн тонн в год), который необходимо восполнить с целью импортозамещения. Одна из причин недостатка производства — крайне низкая эффективность молочных хозяйств.

Это связано прежде всего с тем, что в условиях интенсивного развития молочного животноводства, постоянно меняющихся и совершенствующихся технологий все большую актуальность приобретает так называемый человеческий фактор. Сейчас в России оснащенность молочных хозяйств перешла на несколько шагов вперед, но, к сожалению, уровень знаний, подходы к работе, методы управления и мотивации остались на прежнем уровне. Все это не только сдерживает развитие хозяйств, но может привести

к их полной неэффективности и даже закрытию. Причины этого не только в недостаточной эффективности сельхозпроизводителей. Профильные вузы дают фундаментальные знания, но зачастую они отстают от реальности с точки зрения их применимости на практике.

Главные задачи МБА:

- увеличение объемов производства качественного молока;
- поддержка государственных усилий в сфере развития молочной промышленности;
- внедрение современных международных практик для молочных фермеров и сохранение рабочих мест для сотрудников ферм;
- повышение квалификации преподавателей университетов;
- получение новых знаний студентами сельскохозяйственных университетов.

Образовательный центр МБА расположен в селе Вербилово, Липецкой области, включает в себя кампус и тренинговую ферму. Обучение проводят ведущие преподаватели аграрных вузов, консультанты и эксперты, имеющие обширную практику консультирования хозяйств. Собственная тренинговая ферма делает обучение максимально практичным и применимым на хозяйствах любого уровня. Задача учебного центра не просто провести обучение и разработать новые семинары в зависимости от потребностей и реалий, но и стать помощником для хозяйств, поддерживать их после прохождения обучения.

Проект стартовал в 2012 — 2013 годах, когда были проведены первые выездные тренинги в центральной части России, в регионах Урала и Сибири. Тогда же началось строительство тренингового центра МБА, оконченное в 2014 году.

Трениговый центр (кампус) представляет собой благоустроенное двухэтажное здание, в котором имеется девять комнат для проживания слушателей и преподавателей, комната для отдыха, кухня со всем необходим, оснащенный учебный класс.

Учебная ферма МБА имеет свое поголовье — 65 коров. Стабильные показатели поголовья — надои — 7 104 литров на одну корову в год, что на 60 % выше среднестатистического показателя в России, качество молока — 100 % сырья высшего сорта.

Обучение осуществляется как на базе кампуса и тренинговой фермы в Липецкой области, так и в форме выездных тренингов в других регионах РФ. Текущие операционные расходы покрываются платой за обучение, которая на 30—50 % ниже рыночной за счет отсутствия необходимости покрывать изначальные вложения.

Учредителями проекта выступили АНО «Доверие» и Национальный союз производителей молока («СОЮЗМОЛОКО»). Партнерами проекта стали Воронежский государственный аграрный университет, Орловский государственный аграрный университет, Institut de l›Elevage (Французский институт животноводства), Фонд ЭкоСистемы Danone.

Проект был поддержан Министерством сельского хозяйства РФ, получает регулярную поддержку региональных властей (Липецкая, Вологодская, Тюменская, Томская, Новосибирская области, Республика Татарстан, Алтайский край).

Для «Молочной бизнес-академии» принципиально важен результат обучения, с тем чтобы навыки и знания были использованы и конвертировались в успехи хозяйств. Чтобы верно оценивать свой вклад МБА проводит несколько уровней проверки:

- Каждый год по ряду хозяйств берутся данные по показателям эффективности (продуктивности, затратам на корма, воспроизводству и т. д.).
- После каждого тренинга слушателями заполняется анкета, насколько их устраивает результат обучения, насколько актуальны и применимы полученные знания в их работе, что можно улучшить и дополнить. По результатам обработки анкет вносятся корректировки в курс обучения и организацию тренинга.
- В ближайшее время будет внедрен новый уровень оценки — тестирование. Оно будет проводиться до и после обучения.
- На сайте МБА можно найти анкету, заполнив которую руководитель предприятия может выявить те области, в которых его хозяйство требует улучшения. Это помогает идентифицировать потребность в нужном обучении (в основном большинство хозяйств направляют учиться всему, без четкого определения собственных потребностей, по принципу «знания лишними не бывают»).

«Молочная бизнес-академия» получает хорошую обратную связь от хозяйств, представители которых прошли обучение. Некоторые предприятия направляют на различные курсы МБА сразу нескольких специалистов, поскольку видят реальные результаты от обучения.

МБА регулярно проводит выездные сессии. На середину 2015 года обучение прошли более 545 человек из 49 регионов России. На сегодняшний день разработано и активно осуществляется шесть тренинговых программ по различным направлениям. Улучшены показатели производства у ферм — участников тренингов (например, показатель надоя на 71 %, воспроизводства — на 67 %). Подробные результаты программы — на сайте http://milkacademy.ru/index_ru.html

В 2015 году планируется развитие и расширение образовательного проекта «Молочная бизнес-академия». В перспективе — разработка дополнительных обучающих программ, создание уникального тренинга для директоров крупных хозяйств, доработка инфраструктуры центра и создание обучающего портала.

Александр Лившин, ФГУ МГУ им. М. В. Ломоносова:

«Отличительной чертой программы является сочетание решения бизнес-задач самой компании по появлению качественных партнеров-поставщиков и вклад в развитие отрасли молочного животноводства в целом. Важно отметить четкую оценку результативности программы — проведенные до и после программы исследования позволяют отследить изменения, произошедшие в результате обучения. Также интересно, что для реализации проекта создано отдельное юридическое лицо в виде некоммерческой организации, хотя у компании есть и корпоративные фонды. Подобное разделение функций между различными структурами для решения различных задач может быть полезно и другим компаниям и позволяет привлечь дополнительных партнеров для поддержки программ».

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, руководитель отдела искусств, Британский Совет в России

В этом году Британский Совет впервые выступает экспертом в номинации «Лучшая программа (проект), направленная на поддержку современного искусства и культуры»

Для нас это большая честь, но в то же время и хорошая возможность обменяться опытом с нашими российскими партнерами. Британский Совет был создан в 1934 году, а в России мы работаем более 20 лет. Организация за время своей работы накопила большой опыт реализации программ в сфере культуры, образования, науки, а также оценки их эффективности. Самым масштабным нашим проектом в России стала, пожалуй, инициатива Британского Совета, поддержанная министерствами иностранных дел РФ и Соединенного Королевства о проведении в 2014 году перекрестного года культуры Великобритании и России. За год было реализовано более 300 культурных мероприятий и проектов, призванных познакомить российскую аудиторию с британским искусством. Примерно такое же количество событий было организовано российской стороной в Великобритании.

Мы с интересом изучили представленные на конкурс проекты. В этом году количество заявок увеличилось до восьми. На конкурс было представлено два театральных проекта, четыре музейно-выставочных, один культурно-исторический проект и одна литературная премия. Все представленные на конкурс программы по-своему интересны и значимы.

В процессе оценки мы старались отталкиваться от текущих результатов каждого проекта и от того «наследия», которое проект «оставляет» своей целевой аудитории.

Некоторые из представленных проектов реализованы в более традиционном формате, но есть ряд проектов, интегрирующих разнообразные формы взаимодействия с аудиториями. И это тоже было для нас одним из важных критериев, т. к. поиск новых форм работы с аудиторией — важный тренд. В рамках проекта «Лидеры корпоративной благотворительности» нам было также интересно посмотреть на проекты, где грантодатель и грантополучатель совместно вовлечены в стратегическую разработку и реализацию программ. И в своей оценке мы старались отталкиваться в том числе и от этого.

Среди проектов этого года безусловный лидер, по нашему мнению, — это компания Samsung Electronics / ООО «Самунг Электроникс Рус Компани» с проектом «Литературная премия "Ясная Поляна"». Это многолетняя комплексная программа, направленная на поддержку

и популяризацию современной отечественной литературы, повышение интереса к чтению среди самой широкой аудитории.

Второй проект, который хотелось бы отметить — это Программа поддержки культурно-выставочных экспозиций и виртуальных филиалов Государственного Русского музея в России и за рубежом, реализуемая при поддержке ОАО АФК «Система». В данном проекте интересен широкий масштаб деятельности АФК «Система» и Русского музея по предоставлению открытого доступа к коллекции Русского музея посредством сети информационно-образовательных центров, включая профессиональные программы для музейных специалистов, лекции и образовательные онлайн-ресурсы для широкой аудитории.

Третья инициатива, безусловно заслуживающая внимания, это выставочный проект «Пять веков русского искусства», реализованный при поддержке компании «Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд» в Сахалинском областном художественном музее. Несмотря на то, что сама выставка — это так называемое «разовое» мероприятие, изменения, которые она повлекла за собой, нам представляются довольно значимыми в масштабах одного музея, а также аудиторий, с которыми взаимодействует музей.

Как известно, оценка эффективности культурных проектов — вопрос непростой. Создаваемые культурные и общественные блага сложно измерить с экономической точки зрения. А чтобы оценить уровень социальных изменений, необходим долгосрочный мониторинг и четкие критерии оценки. Распространенная в наше время практика краткосрочного инвестирования, как правило, не позволяет обеспечить системный подход к решению проблем, актуальных для современного общества. Но мы с удовольствием отметили, что многие проекты, представленные на конкурс, носят долгосрочный партнерский характер, имеют именно системный подход, решая таким образом стратегические задачи как грантополучателя, так и грантодателя. Мы надеемся, что в будущем эти партнерства будут развиваться и продолжать оказывать благотворное влияние на развитие культурного потенциала территорий, способствовать налаживанию культурных связей на институциональном, региональном, международном уровнях.

Если говорить о пожеланиях, то в будущем в данной номинации хотелось бы увидеть в том числе проекты, где в основе лежит политика равных возможностей, инклюзивные проекты, либо проекты с продуманным инклюзивным компонентом.

Мы поздравляем победителей и желаем всем участникам новых и интересных проектов!

SAMSUNG

I место:
Литературная премия «Ясная Поляна», Samsung Electronics

Цели программы:

внести вклад в развитие традиций русской литературы, повысить интерес к чтению благодаря доведению лучших современных произведений до широкого круга читателей и оказать поддержку авторам литературных произведений

Сроки реализации:

с 2003 года

Бюджет:

2,1 млн рублей

Целевая аудитория:

сообщество экспертов, современные писатели, профильные министерства, ведомства, широкая аудитория читателей

Описание программы:

Инициируя премию в 2003 году совместно с Государственным мемориальным и природным заповедником «Музей-усадьба Л. Н. Толстого "Ясная Поляна"», компания Samsung руководствовалась желанием сохранить и приумножить значение русской литературы, являющейся предметом гордости и национальным достоянием России в сфере культуры. При этом литература нуждается в значительной поддержке со стороны государства и частных компаний. В эпоху широкого распространения новых технологий и источников информации, степень проникновения и влияния литературы на социум претерпевает изменения: статистика говорит о снижении числа россиян, читающих книги, падении доли покупки печатных книг и увеличении количества скачиваний произведений в сети интернет.

В числе основных задач премии отмечать произведения современных авторов, которые несут в себе

идеалы человеколюбия, милосердия и нравственности, определять круг литературных тенденций настоящего времени, вспоминать выдающихся авторов XX века, произведения которых стали классикой российской литературы, выбирать лучшую книгу для поры взросления, способную заложить понятия справедливости, уважения, любви и честности, отмечать значительные зарубежные книги XXI века.

Реализация литературной премии «Ясная Поляна» — пример эффективного и долгосрочного частно-государственного партнерства компании Samsung и Государственного мемориального и природного заповедника «Музей-усадьба Л. Н. Толстого "Ясная Поляна"». Стороны являются ключевыми и постоянными партнерами по проведению премии с 2003 года.

С 2003 по 2005 премия ежегодно вручалась в двух номинациях («Выдающееся художественное произведение русской литературы» и «Выдающееся дебютное художественное произведение русской литературы»).

С 2005 года литературная премия стала определять лауреатов в номинациях: «Современная классика» и «XXI век». С 2012 рассматриваются книги для детей и юношества в номинации «Детство. Отрочество. Юность».

2014 год стал важной вехой в развитии премии «Ясная Поляна». Во-первых, принято решение о создании двух новых номинаций: специального приза Samsung «Выбор читателей» и «Иностранная литература».

Специальный приз Samsung «Выбор читателей» будет получать книга, набравшая по результатам открытого читательского интернет-голосования наибольшее количество голосов. Для автора-победителя будет организована тематическая поездка в Южную Корею, в ходе которой он проведет ряд встреч для популяризации русской литературы и русского языка за рубежом.

Вторая новая номинация — «Иностранная литература» — будет отмечать лучшую зарубежную книгу XXI века и награждать ее автора, а также переводчика книги-лауреата на русский язык. Благодаря введению этой номинации премия выходит за рамки российского литературного поля и приобретает международное значение.

Во-вторых, штаб-квартира Samsung инициировала увеличение совокупного размера призового фонда премии до 7 млн рублей.

Распределение наград среди победителей в трех основных номинациях с 2015 года будет осуществляться следующим образом:

- «XXI век» — 2 млн рублей,
- «Современная классика» — 1,5 млн рублей,
- «Детство. Отрочество. Юность» — 500 тыс. рублей.

Увеличились премиальные фонды для финалистов премии:

- 1 млн рублей разделят авторы, вошедшие в шорт-лист номинации «XXI век»,
- 300 тыс. рублей — финалисты номинации «Детство. Отрочество. Юность».

Премиальный фонд номинации «Иностранная литература»:

- 1 млн рублей получает лауреат — зарубежный писатель,
- 200 тыс. рублей — переводчик книги лауреата на русский язык.

Дополнительно компания Samsung обеспечивает финансовую и организационную поддержку в проведении премии и издании книг писателей-победителей.

РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОГРАММЫ

- Признание в качестве одной из самых авторитетных литературных премий в России.
- Увеличение числа лауреатов: на сегодняшний день насчитывает 27 писателей.
- Увеличение числа номинаций: с 2003 года увеличилось с двух до пяти.
- Выработан системный подход к реализации программы: четко определены цели и задачи премии, идет планомерное расширение инвестиций в развитие программы, выделены сотрудники, курирующие проект со стороны компании и музея «Ясная Поляна», жюри премии носит устойчивый состав.
- Председателем жюри является В. И. Толстой, советник президента РФ по культуре и искусству. В состав жюри премии входят известные российские писатели, литературные критики и общественные деятели.

Развитие премии воплощается во внедрении новых форматов мероприятий. Под эгидой премии в 2015 году, в «год литературы», Музей-усадьба Л. Н. Толстого и компания Samsung Electronics проведут различные активности с участием членов жюри и лауреатов премии «Ясная Поляна», например:

- цикл встреч «Серьезный разговор» в Библиотеке-читальне им. И. С. Тургенева с онлайн-трансляцией для широкой аудитории;
- лекции членов жюри «Открытая классика» в Государственном музее Л. Н. Толстого;
- участие в книжных выставках и фестивалях (например, фестиваль «Книжная ярмарка-2015» на Красной площади).

ОЦЕНКА ПРОГРАММЫ

Результаты проведения литературной премии «Ясная Поляна» получили высокую оценку со стороны руководства штаб-квартиры компании Samsung Electronics в Корее, благодаря чему увеличен совокупный призовой фонд премии.

Программа удостоена почетной награды — Гран-при — от Министерства образования и науки Российской Федерации в номинации «ответственный лидер» в рамках II Всероссийского конкурса лучших практик работодателей «Создавая будущее». Награда вручалась «за лучший проект, развивающий гражданскую позицию и социальную ответственность, включая проекты поддержки талантов в области культуры и искусства».

ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ

Литературная премия «Ясная поляна» продолжит свое развитие, приобретая с 2015 года международное значение и две новые номинации. Также компания Samsung Electronics расширяет свою социальную деятельность в области поддержки литературы и представляет новый проект — «Живые страницы» (инновационное мобильное приложение, которое предлагает интерактивный способ прочтения классической русской литературы).

Осенью 2015 года разработчики представят дополнительный функционал приложения «Живые страницы»: интерактивная карта, обновленная инфографика, геолокация и тематические аудиогиды; а также будет доступна версия приложения для планшетов. К концу года планируется расширение списка книг классической русской литературы, доступных в приложении.

Татьяна Ильина, Британский Совет:

«Реализуемая на высоком профессиональном уровне, программа интегрирует разнообразные форматы взаимодействия с аудиторией — от традиционных встреч с авторами до инновационного мобильного приложения. Важно отметить активное участие литературно-издательского сообщества — премия существует при поддержке самых известных и авторитетных литературоведов и экспертов в области книгоиздания, перевода и литературной критики. Программа постоянно развивается, и с введением номинации "Иностранная литература" стала первой российской премией, награждающей зарубежных авторов».

II место

Программа поддержки культурно-выставочных экспозиций и виртуальных филиалов Государственного Русского музея в России и за рубежом, ОАО АФК «Система»

Цели программы:

осуществление общенациональных проектов в сфере выставочной и издательской деятельности, реставрация произведений искусства, дворцов и садов, входящих в комплекс ГРМ, усовершенствование системы охраны и безопасности, а также реализация широкого круга научно-просветительских и социальных программ

Сроки реализации:

с 2003 года

Бюджет:

30 млн рублей

Целевая аудитория:

посетители музея в Санкт-Петербурге, посетители виртуальных филиалов в России и за рубежом

Описание программы:

Развитие отечественной культуры, сохранение художественных и исторических ценностей, а также укрепление межкультурных связей является общенациональной задачей. Благотворительный фонд «Система» (инструмент социальных инвестиций АФК «Система») более 10 лет оказывает помощь ведущим российским музеям, финансирует восстановление памятников архитектуры и зодчества, участвует в проектах, направленных на развитие русской литературы. При его поддержке реализованы проекты в области популяризации русских классических музыки и танца, изобразительного искусства, театра и кино, в том числе с помощью самых современных информационных технологий.

Первым и самым крупным культурным объектом поддержки со стороны БФ «Система» стал Государственный Русский музей, за реализацию программы поддержки которого единогласно высказались попечительский совет БФ «Система», администрация Санкт-Петербурга и Министерство культуры РФ. В 2003 году было подписано соглашение о долгосрочном сотрудничестве между АФК «Система» и Государственным Русским музеем, предусматривающее реализацию выставочных, издательских, культурно-образовательных и реставрационных проектов на общую сумму порядка 10 млн долларов США. Беспрецедентный по своему масштабу и совершенно уникальный проект сотрудничества был рассчитан на десять лет (до 2013 года). В 2013 году соглашение было продлено до 2023 года.

В 2003—2013 годах общий объем помощи составил порядка 200 млн руб. Финансовая помощь в рамках нового соглашения (2013—2023 годы) будет оказана на общую сумму 300 млн рублей. Ежегодный бюджет — порядка 30 млн рублей.

ПРОЕКТЫ

Русский музей: виртуальный филиал

Самым масштабным проектом в рамках сотрудничества БФ «Система» и Русского музея стала инновационная программа создания сети виртуальных филиалов Русского музея по всей стране. В течение многих лет жители регионов России не имели доступа к ресурсам Русского музея, и даже посетители музейных залов оставались в неведении о многих разделах его богатейшей коллекции. Чтобы познакомить как можно более широкие слои населения с богатством музейной экспозиции, Русский музей на средства БФ «Система» создал уникальную региональную сеть информационно-образовательных центров, своеобразных «виртуальных филиалов» музея. В специальных Центрах посетители могут совершить виртуальную экскурсию по дворцам, составляющим комплекс Русского музея, в режиме реального времени наблюдать за значимыми событиями, происходящими в музее, ознакомиться с историческими реконструкциями утраченных интерьеров.

На сегодняшний день открыто 170 информационно-образовательных центров, из них 128 в России, 40 за рубежом и два центра в Антарктиде. География проекта так же широка, как и состав его участников и посетителей центров. Ежегодно виртуальные филиалы посещает более 500 тысяч человек.

Мультимедийный центр Русского музея

Логическим продолжением проекта по созданию сети виртуальных филиалов музея стало открытие в Санкт-Петербурге, в Западном павильоне Михайловского (Инженерного) замка, «Электронного Русского музея» — современного мультимедийного центра, где можно познакомиться с коллекцией Русского музея и музейным комплексом с использованием новейших технологий. Центр постоянно пополняется новым оборудованием и программным обеспечением. С октября 2011 года по декабрь 2014 года Мультимедиацентр посетило около 4 тыс. человек, в сеансах видеоконференцсвязи приняло участие 4,7 тыс. человек, было проведено 127 мероприятий (онлайн-лекций, презентаций, семинаров, конференций) в мультимедийном кинотеатре, в виртуальную систему управления презентациями «Галерея» вошло 600 изображений, полученных с помощью технологии высокоточной съемки картин.

В 2014 году были созданы новые мультимедийные программы «Спорт в русском искусстве» и «Женский народный костюм», запущены новое игровое мобильное приложение для детей «Царь-Царевич» и «Викторина с информационно-справочной системой «Эпоха Павла I» для молодежной аудитории на основе бесконтактной технологии Kinect. Благодаря современному оборудованию музей имеет возможность принимать участие в общегородских и всероссийских культурно-просветительских акциях, таких как Всероссийский фестиваль авторских короткометражных фильмов «АРТкино», проводимом совместно с творческим объединением «Мир искусства» в мультимедийных кинотеатрах участников проекта «Русский музей: виртуальный филиал». В рамках V Санкт-Петербургского благотворительного кинофестиваля «Детский КиноМай» для воспитанников детских домов и школ-интернатов Санкт-Петербурга и Ленинградской области были организованы интерактивные экскурсии в Электронный Русский музей.

Дополненная реальность

Еще одним примером внедрения современных технологий в музейное пространство для приобщения широкой публики к шедеврам русского искусства стал проект «Русский музей. Дополненная реальность», который реализуется Русским музеем с 2011 года по инициативе и при финансовой поддержке АФК «Система» и ОАО «МТС». Дополненная реальность — передовая технология, позволяющая дополнять восприятие реального мира виртуальными элементами. Первым этапом проекта стало создание мобильного приложения RM GUIDE для платформ

iOS и Android, предоставляющего доступ к дополнительной информации (текстам, фото, видео) о 100 выдающихся произведениях из основного собрания музея. Затем был создан мобильный сайт www.rmgallery.ru. Теперь можно получать информацию о шедеврах Русского музея не только в залах музея, считывая имеющиеся QR-коды, но и в любой точке мира, где есть интернет.

Издательские проекты Русского музея

В рамках программы Русский музей выпустил ряд художественно-просветительских изданий. Среди них — уникальный по содержанию альбом «Шедевры Русского музея» и видеофильм «Залы музея — страницы истории», в котором на основе экспонатов Русского музея раскрывается образ истории России. Совместные издательские проекты также включают каталоги «Крестьянский мир в русском искусстве», «Времена года», «Александр Иванов», сборник по информационным технологиям в музейном деле, переиздание путеводителя по Русскому музею, альбомы «Государственный Русский музей», «Русский пейзаж».

Императорские сады России

Благотворительный фонд «Система» восьмой год подряд выступает главным финансовым партнером Международного фестиваля садово-паркового и ландшафтного искусства «Императорские сады России», который проходит в культурной столице России в Михайловском саду Государственного Русского музея.

За годы своего существования фестиваль стал ярким и заметным событием сезона белых ночей и привлек более 300 000 посетителей, среди которых много туристов. Возросла известность фестиваля за рубежом, наладились контакты между российскими участниками и ландшафтными специалистами и их зарубежными коллегами.

На территории Михайловского сада, в самом центре Санкт-Петербурга, были размещены ландшафтные композиции в нескольких номинациях, охватывающие историю, настоящее и будущее садов России, Англии, Голландии, Германии, Франции и других стран. Ежегодно в выставке-конкурсе принимают участие ведущие российские и зарубежные ландшафтные дизайнеры. Оценивало работу участников международное жюри, состоявшее из ведущих российских и зарубежных ландшафтных экспертов.

На протяжении десяти дней работы фестиваля в Михайловском саду Русского музея проходили различные мероприятия — концерты,

выступления музыкальных и танцевальных коллективов, лекции, мастер-классы и другие. Фестиваль посетило более 100 тыс. человек.

РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОГРАММЫ 2014 ГОДА

Оказана помощь выставочным и издательским проектам Русского музея:

- выставка «I Мировая война в собрании Русского музея»,
- выставка «Григорий Угрюмов. 1764—1823»,
- выставка «Древлехранилище»,
- издание «Живопись. II половина XIX века», том 13 (С—Я),
- издание «Путеводитель по Русскому музею».

Также состоялся VII Международный фестиваль ландшафтного дизайна «Императорские сады России».

В 2014 году стоит отметить массовое вовлечение стейкхолдеров в программы и отдельные выставочные проекты Русского музея. Посещаемость выставочных мероприятий растет из года в год. Каждый год проходит открытие новых филиалов (реальных и виртуальных) Русского музея. Также широко используется программа по вовлечению других музеев и художественных галерей, экспонирующих запасники Русского музея и временные культурно-выставочные проекты.

СОВМЕСТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

В рамках реализации программы ведется активное сотрудничество с администрацией Санкт-Петербурга, региональными органами исполнительной власти в субъектах Российской Федерации. Проходят официальные церемонии открытия филиалов в России, информирование местного населения, включение в программу регионов по направлению «развитие культуры». Прямые пожертвования на проекты Государственного Русского музея осуществляется через некоммерческое партнерство «Виртуальный Русский музей».

Волонтеры на постоянной основе сопровождают ветеранов Великой Отечественной войны на открытие выставок в Государственном Русском музее, в частности выставки, посвященной 70-летию Великой Победы. Волонтеры являются сотрудниками корпорации «Система». За организацию и взаимодействие с добровольцами отвечает Волонтерский центр Благотворительного фонда «Система». На специальных мероприятиях волонтеры АФК «Система» награждаются почетными грамотами и подарками. Личные истории добровольцев публикуются на официальном сайте Волонтерского центра. Порядка 25 волонтеров принимают участие в специальных акциях, посвященных открытию выставок Русского музея.

О ходе реализации программы информируются администрация Санкт-Петербурга и другие администрации и правительства регионов, в которых проходят культурно-выставочные и виртуальные программы Русского музея. На постоянной основе органы власти содействуют в их реализации. Публикуются информационные материалы в федеральных, региональных и муниципальных СМИ. Все заинтересованные стороны приглашаются на мероприятия (открытие, выставка, церемония закрытия и т. д.) Русского музея.

При реализации отдельных выставочных мероприятий Русского музея привлекаются волонтеры АФК «Система»; оказывается содействие в разработке и закупке инновационного программного обеспечения и мультимедийных интерактивных систем для оборудования виртуальных филиалов Русского музея по всему миру.

Сотрудничество с Русским музеем рассчитано до 2023 года с возможностью продления. В планах открытие новых выставочных экспозиций в регионах РФ и за рубежом, а также развитие сети виртуальных филиалов Русского музея. Благотворительный фонд «Система» планирует вовлекать все большее количество добровольцев АФК «Система» в проекты музея, а также развивать новые направления совместного сотрудничества.

Татьяна Ильина, Британский Совет:

«Впечатляет масштаб охвата аудитории в рамках данного проекта — более 500 тысяч ежегодно, 128 филиалов в России, 40 — за рубежом. Это хороший пример использования технологий для привлечения новых посетителей в музей, в том числе виртуальных. Новые формы взаимодействия с аудиторией через сеть виртуальных центров способствуют созданию единого культурно-информационного пространства на территории России и за рубежом на базе коллекции Русского музея. Соглашение о партнерстве между АФК "Система" и Государственным русским музеем продлено до 2023 года и является одним из самых масштабных культурных проектов, поддерживаемых крупной корпорацией на территории России».

III место

Выставочный проект «Пять веков русского искусства», «Сахалин Энерджи»

Цели программы:

повышение культурного уровня населения Сахалина, пропаганда изобразительного искусства, эстетическое воспитание населения Сахалина посредством экспонирования художественных произведений; популяризация русского искусства; позиционирование «Сахалин Энерджи» как социально-ответственной компании, вносящей значительный вклад в развитие культуры Сахалина

Сроки реализации:

с 2013 года

Бюджет:

около 200 тысяч долларов США

Целевая аудитория:

жители Сахалинской области и гости островной столицы (посетители выставки)

Описание программы:

Выставочный проект «Пять веков русского искусства» является знаковым проектом компании «Сахалин Энерджи» в рамках юбилейных мероприятий, приуроченных к 20-летию компании.

Подготовка проекта осуществлялась почти полтора года. Это время было посвящено переговорам с Русским музеем, а также некоторым организационным моментам (юридические вопросы, вопросы логистики, вопросы страхования экспозиции и прочие).

Проект не ограничился только «привозом» и экспонированием коллекции картин известных русских художников на Сахалине. В рамках проекта компанией была предоставлена финансовая поддержка для модернизации основного выставочного зала Сахалинского област-

ного художественного музея. Была модернизирована противопожарная система, обновлены выставочные стенды, установлена дополнительная осветительная система, что позволило расширить выставочную площадь зала. В музее появилось новое осушительное оборудование, необходимое для создания оптимального климата во время выставки.

В преддверии выставки была организована «школа волонтеров-экскурсоводов». В течение трех месяцев около 30 человек, представителей различных компаний, организаций, учащиеся школ и вузов изучали историю русской культуры, основные направления и школы русского изобразительного искусства, биографии и этапы творчества художников, чьи картины были включены в список произведений для экспонирования на Сахалине. По завершении школы — экзамен и тестовые экскурсии, которые проводили слушатели школы.

Наиболее активные — 18 человек — постоянно работали на выставке в выходные дни и в вечернее время, проводя экскурсии для организованных групп. В состав этой активной группы вошли девять сотрудников компании «Сахалин Энерджи» и их дети. Также были предусмотрены экскурсии на английском языке.

Лекции и занятия, которые проводились в рамках «школы волонтеров», в дальнейшем продолжились в виде нового музейного проекта «Музейные четверги». В рамках этого проекта в Сахалинском областном художественном музее каждый четверг научными сотрудниками музея проводятся лекции по теории и истории изобразительного искусства.

Специально к выставке были разработаны и изданы буклеты и полный каталог выставки на русском и английском языках. В изданиях была представлена информация не только о картинах и художниках, но и об основных этапах развития русского искусства, направлениях живописи. Полный каталог вручался участникам специальных выставочных мероприятий, буклет был предназначен для распространения среди посетителей выставки, в основном для экскурсионных групп из образовательных учреждений.

Активными участниками проекта стали студенты Сахалинского колледжа искусств. С их участием при содействии преподавательского состава и руководства колледжа были сняты видеоролики, посвященные выставке. При этом в роликах были объединены три темы: музыка, поэзия и живопись. К каждой картине подбиралось стихотворение известных русских поэтов и музыкальное произведение русских композиторов, которые передают «настроение» той или иной картины определенного века.

Ролики были размещены в социальных сетях и привлекли внимание молодежи к выставке. Также данный вид деятельности стал первым опы-

том для большинства студентов, вовлеченных в проект, в разработке рекламно-просветительских видеороликов.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕРОПРИЯТИЯ В РАМКАХ ПРОЕКТА

Среди наиболее ярких и привлекших внимание — тематический вечер «Пять веков русского искусства: живопись, поэзия, музыка», прошедший в формате литературно-музыкального концерта. Тематика программы этого события позволила его гостям еще глубже погрузиться в мир русского искусства. Перед зрителями развернулась масштабная ретроспектива культурной эволюции стилей и жанров живописи.

На базе выставки специалистами Русского музея был организован семинар «Выставка "Пять веков русского искусства". Теория и практика работы с аудиторией в условиях возможностей Музейного ресурсного центра». В семинаре приняли участие учителя, музейные работники и педагоги дополнительного образования. Цель семинара — расширить профессиональные возможности педагогов и сотрудников музеев различного профиля Сахалинской области в системе духовного, художественного, культурного образования дошкольников, школьников и студентов на основе выставки «Пять веков русского искусства» и музейно-педагогической программы «Здравствуй, музей!».

РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОГРАММЫ

- Впервые сахалинский зритель получил уникальную возможность увидеть произведения живописи, созданные великими мастерами русского искусства. По опросам, около 80 % посетителей впервые увидели оригиналы произведений знаменитых русских художников XVI—XX века на Сахалине.
- Выставочный проект позволил совершить экскурс в историю развития русского изобразительного искусства на примере высокохудожественных образцов живописи и графики, познакомиться с основными стилистическими направлениями, эволюцией жанров, произведениями ключевых мастеров русской школы изобразительного искусства.
- Рост количества посетителей Сахалинского областного художественного музея: около 12 000 посетителей за месяц работы выставки (среднемесячная посещаемость Сахалинского областного художественного музея — около 4 000 человек). Вход на выставку был свободный.
- Положительные публикации о проекте в СМИ, в т. ч. в федеральных.
- Положительные отзывы посетителей выставки (252 отзыва о выставке в книге отзывов).

- Впервые в практике сахалинского художественного музея была организована школа волонтеров-экскурсоводов. 18 человек, прошедших полный курс обучения и успешно сдавших экзамены, проводили экскурсии по выставке. Группа волонтеров включает в себя девять сотрудников компании.
- Организовано 258 экскурсий для учебных учреждений Сахалинской области и населения.
- Созданы технические возможности для активизации выставочной деятельности федеральных музеев на базе Сахалинского областного художественного музея.
- Расширены возможности экскурсионно-просветительской деятельности сахалинского музея:
  - подготовленная группа волонтеров-экскурсоводов может работать на других выставках, а также на постоянных экспозициях музея;
  - начата традиция проведения литературно-музыкальных художественных вечеров (данное направление в 2015 году переросло в отдельный самостоятельный проект).

УЧАСТИЕ ВОЛОНТЕРОВ

В рамках проекта была организована школа волонтеров-экскурсоводов. В качестве волонтеров в проекте участвовали школьники старших классов Южно-Сахалинских школ, студенты вузов, сотрудники различных организаций и компаний, пенсионеры.

На добровольных началах в тематических мероприятиях участвовали сахалинские творческие группы Сахалинского драматического театра, Сахалинского колледжа искусств, дома культуры «Радуга» и Центральной детской музыкальной школы. Силами этих творческих коллективов были организованы тематические мероприятия, в частности литературно-художественный вечер.

В проект были вовлечены сотрудники многих подразделений компании «Сахалин Энерджи». Так, представители управления по связям с общественностью участвовали в разработке PR-кампании, а медиагруппы — совместно со студентами Сахалинского колледжа искусств разрабатывали и снимали видеоролики.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

Оценка эффективности проводилась сотрудниками компании и Сахалинского областного художественного музея. Оценка проводилась через выборочный соцопрос посетителей выставки, на основе ежедневного

медиамониторинга, а также на основании отзывов посетителей. По опросам, около 80% посетителей впервые увидели оригиналы произведений знаменитых русских художников XVI—XX веков. При оценке проекта были также учтены отзывы о выставке в книге отзывов, рост числа посетителей музея и публикации в СМИ.

Татьяна Ильина, Британский Совет:

«При подготовке к выставке была произведена модернизация и доосна-щение выставочного зала Сахалинского областного художественного музея, и таким образом созданы технические возможности для активизации выставочной деятельности федеральных музеев на базе Сахалинского областного художественного музея. Впервые в практике музея была организована "школа экскурсоводов-волонтеров". Лекции и занятия, которые проводились в рамках "школы волонтеров", в дальнейшем продолжились в виде нового музейного проекта "Музейные четверги". Кроме того, были организованы семинары для профессионального сообщества. Активное участие в проекте принимали студенты Сахалинского колледжа искусств. Данный проект наглядно демонстрирует то, как на примере одной выставки можно комплексно подойти к решению самых разных задач, стоящих как перед учреждением сферы культуры, так и перед крупным бизнесом».

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 партнерстве 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

Наталья Каминарская, исполнительный секретарь Форума Доноров

Номинация о партнерских проектах бизнеса в благотворительности появилась только в этом году, и задача, которую мы перед собой ставили, — показать, что партнерство между компаниями в создании и выполнении социальных проектов не миф и не качество, присущее другим странам с развитой филантропией, а уже и российская реальность.

Фактически нам удалось это подтвердить — мы получили шесть очень разных историй совместного творчества, поиска и нахождения интересных решений, каждая из которых предоставляет возможности для дальнейшего развития и использования другими организациями.

Все проекты подтвердили тезис о том, что партнерство является определенным качественным этапом в развитии благотворительности. Так, два из трех проектов победителей являются развитием уже существовавшей в компаниях деятельности с привлечением другого бизнеса, а третий проект — объединил отдельные усилия действующих программ партнеров. Большинство заявок представляют собой не отдельную акцию или событие, а продуманную, продолженную во времени деятельность, имеющую большее значение, чем достижение каких-либо количественных показателей. Все проекты имеют сформулированные цели и задачи, а также продуманные планы реализации. Так как речь идет о партнерстве между бизнес-структурами, то в каждой заявке очень хорошо прописаны PR-компоненты — продвижение проектов, участие и поддержка СМИ.

Хочется подчеркнуть две отличительные черты фактически всех проектов, представленных на конкурс. Первое — это то, что партнерство фактически нигде не ограничивается участием только бизнеса. В большинстве проектов их активными участниками являются некоммерческие организации, а также представители власти и СМИ. Это говорит о том, как важно для представителей бизнеса широкое вовлечение всех заинтересованных сторон в социальные проекты, будь то донорство крови или обучение НКО.

Вторая отличительная черта — многие проекты имеют значительный компонент волонтерской деятельности в своей основе. И эта логика очень понятна: ведь из желания разделить ответственность за свой вклад в социальную сферу со своими сотрудниками развивается и желание вовлечь других партнеров и их сотрудников в общее дело.

То, чего не хватило в большинстве представленных на конкурс заявок, — это собственно описание механизма партнерства — не просто вклада каждой из сторон (и это не было очевидно в ряде случаев), а принципа управления проектом, разделения ответственностей и разделения результатов проекта, в том числе — медийных. Именно на это хотелось

бы обратить внимание будущих заявителей, а также тех, кто планирует создание совместных проектов с партнерами. Ведь партнерство — это не фандрайзинг на собственные проекты у коллег, не просто привлечение дополнительных ресурсов, а создание нового продукта.

Начиная совместный бизнес-проект, компании не забывают о его формальной стороне — подписании договоров о вкладе сторон, прозрачности и подотчетности друг перед другом, определении других «правил игры». Точно на таких же принципах должно строиться и партнерство в социальной сфере.

Уверены, что партнерство — продолжительные отношения, где каждая из сторон вносит свои знания и навыки, экспертизу и ресурсы, а также разделяет риски и результаты совместной деятельности, — будет развиваться между компаниями в России и мы увидим новые интересные проекты и решения, которые смогут продвинуть благотворительность на новый уровень.

I место

Благотворительный новогодний марафон «Верим в чудо, творим чудо», ОК «РУСАЛ»

Цели программы:

создание условий для развития социальной активности жителей городов, развитие культуры добровольчества, формирование социального партнерства, создание инфраструктуры и методической поддержки добровольчества

Сроки реализации:

с 2011 года

Бюджет:

4 млн рублей

Целевая аудитория:

сотрудники компании и члены их семей; сотрудники крупных компаний, малого и среднего бизнеса, государственных и муниципальных учреждений и члены их семей; представители инициативных групп населения, которые ведут свою деятельность на добровольных началах

Описание программы:

Поддержка и развитие добровольческой деятельности граждан является одним из приоритетов компании «РУСАЛ». Создание и укрепление партнерских связей между бизнесом, органами власти, некоммерческими организациями позволяют местными сообществам получить максимальный эффект от благотворительной деятельности крупного бизнеса.

Одним из примеров такого партнерства стал проект «Новогодний марафон». Это масштабная акция, во время которой каждый житель города, независимо от возраста, образования и профессии, получает возможность самостоятельно или вместе с единомышленниками включиться в добровольческую деятельность и получить или развить опыт работы в качестве волонтера.

За несколько лет новогодний марафон стал востребованным проектом для населения городов присутствия компании, сотрудников «РУСАЛа». Проект особенно актуален в маленьких городах, где не проводятся крупные, качественные мероприятия и зачастую в структуре власти нет отделов, которые этим занимаются.

Новогодний марафон — это хорошая возможность для самореализации волонтеров-участников. При прохождении этапов марафона они обучаются организации и проведению мероприятий, учатся общаться с подопечными социальных учреждений и совместно с ними выстраивать долгосрочные планы на перспективу. Отмечается большая активность со стороны органов власти, которые выставляют свои команды для марафона, участвуют в крупных мероприятиях и оказывают организационную поддержку.

Проект прошел несколько этапов развития. В 2011—2013 годах он был реализован как корпоративный на шестнадцати промышленных площадках «РУСАЛа». Задачей нового этапа развития проекта в 2014 году стало его расширение за рамки компании.

Перед расширением проекта представители компании «РУСАЛ» и корпоративного благотворительного фонда «Центр социальных программ» (далее — ЦСП) провели десятки встреч и консультаций с потенциальными партнерами для разъяснения целей и задач проекта, возможностей и преимуществ партнерства. Встречи были проведены с управлениями образования и социальной защиты населения городов реализации, социальными учреждениями, общественными объединениями детей и взрослых с инвалидностью, социально ориентированными некоммерческими организациями. Особое внимание было уделено проведению встреч с представителями бизнес-структур, в частности предприятиями малого и среднего бизнеса в городах реализации.

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Разработка изменений проекта по сравнению с 2011—2013 годами

Для повышения эффективности проекта, сохранения интереса участников и привлечения новых ежегодно корректируются форматы проведения станций новогодней эстафеты и их наполнение. Для использования потенциала социальных сетей в 2014 году в рамках проекта был организован конкурс селфи для волонтеров, поздравление с Новым годом незнакомых людей, которым вручалась новогодняя открытка с символикой марафона и портала «Помогать просто.ру». Для продвижения идей волонтерства и поощрения партнеров проекта в городах реализации проекта благотворительный фонд компании организовал и провел конкурсы общественного признания. По итогам конкурса были организованы ново-

годние приемы волонтеров, где чествовали лучших волонтеров и партнеров. Это крупное городское мероприятие с привлечением большого количества гостей, экспертов, это признание волонтеров и благотворителей на уровне города.

Планирование и логистика реализации проекта

Для каждого этапа благотворительного новогоднего марафона разрабатываются памятки, детальные планы и механизмы реализации. Все детали, включая сроки, участие партнеров и их вклад обсуждаются на оргкомитетах марафона в каждом городе. Оргкомитет в течение месяца проводит рабочие встречи с потенциальными участниками эстафеты. Совместно с благополучателями формируется банк заказов/желаний, которые командам предстоит выполнить в течение марафона. Оргкомитет также приобретает необходимые расходные материалы и реквизит для оснащения этапов марафона.

В городах реализации марафона для сотрудников предприятий, готовых принять личное нематериальное участие, оргкомитетом формируются «площадки добрых дел», участниками которых становятся представители социальных учреждений и некоммерческих организаций, где на соревновательной основе команды-участники выполняют предложенные организаторами задания.

Привлечение партнеров, создание оргкомитетов, согласование форматов проведения мероприятий

За два месяца до запуска проекта в городах, где будет проходить новогодний марафон, создаются оргкомитеты, куда входят представители компании «РУСАЛ», органов власти, СМИ, НКО и социальные учреждения, а также представители бизнеса, в том числе малого и среднего. Ключевые изменения и основные этапы проекта, разрабатываются совместно и утверждаются всеми партнерами. В течение всего марафона не менее двух раз в месяц проводятся заседания оргкомитетов.

Учреждения, входящие в оргкомитет, формируют команды на новогоднюю эстафету, оплачивают расходы на канцелярию, ткань, транспорт и питание команд волонтеров, приобретают подарки для детей в рамках акции «Добрый Дед Мороз».

Бизнес-партнеры помогают, предоставляя расходные материалы, транспорт, ГСМ, помещения, оборудование и услуги. Для мотивации волонтеров в рамках новогоднего марафона были разработаны ко-брендинговые карты с символикой проекта. Компании-участники проекта карты предоставляют волонтерам скидки на свои товары и услуги.

Крупные партнеры проекта: группа компаний «Базовый элемент», EN+, региональные предприятия и филиалы Сбербанка, МТС, «Роснефти»,

РЖД, а также крупные региональные бизнесы — магазин игрушек «Любимые дети», Красноярский металлургический завод и другие.

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА

Марафон «Верим в чудо, творим чудо» состоит из четырех основных компонентов реализации:

1. Новогодняя эстафета. В ходе этого компонента команды участники проекта проходят специальные этапы (станции), на которых выполняют различные общественно полезные волонтерские задания и получают за это баллы. В состав команд входят сотрудники компании «РУСАЛ», студенты и школьники, представители СМИ, органов власти и бизнеса. В марафоне побеждают команды, которые успешно пройдут все новогодние станции и наберут максимальное количество баллов. Победители получают благотворительные сертификаты на сумму от 70 000 до 100 000 рублей. Сертификаты не имеют денежного выражения для команды-победителя и могут быть реализованы только в благотворительных целях.
2. Акция «Добрый Дед Мороз». В городах участниках проекта дети из малообеспеченных и неполных семей, дети с ограниченными возможностями здоровья или находящиеся на госпитализации, пишут письма с пожеланиями Деду Морозу. Для того чтобы эти пожелания осуществились, на специальном сайте новогоднего марафона создается специальный раздел, где аккумулируются собранные пожелания. По итогам 2014 года было куплено 1 257 подарков на общую сумму около 1 500 000 рублей. Дарителями выступили сотрудники «РУСАЛа», партнеры проекта и обычные горожане.
3. Конкурс общественного признания и мотивирующие мероприятия. Одним из важных элементов для мотивации волонтеров является активное использование современных технологий, применимых в мире бизнеса и гуманитарной сфере, — технологий геймификации, сторителлинга, создания узнаваемого бренда программы и ее составляющих. Именно поэтому проект новогоднего марафона построен на соревновательной основе, имеет узнаваемый и яркий брендинг, а также специальный сайт, где каждый из участников из разных городов может отслеживать результаты своей команды, видеть фото- и видеоотчеты с проведенных акций.
   Интересным примером эффективного механизма поддержки и мотивации волонтеров в 2014 году стал проект по созданию кобрендинговых карт волонтера. Его также можно рассматривать в качестве инструмента по продвижению проекта в бизнес- и партнерской среде. Проект был реализован в восьми городах, участниками проекта стали

59 партнерских предприятий малого и среднего бизнеса (фитнес-центры, кафе, салоны красоты, магазины и другие). Каждый из волонтеров, принявших участие в новогоднем марафоне, получал скидку от 40 до 60 % в этих организациях.

Одним из важных элементов мотивации волонтеров служат благотворительные сертификаты, которые команды получают по итогам соревнований и которые также могут потратить на благотворительные цели — по своему выбору.

Важным элементом мотивации волонтеров стал Конкурс общественного признания. Конкурс содействует общественному признанию лучших социальных практик и проектов и наиболее активных горожан. Заслуженное признание получили добровольцы, которые внесли значимый вклад в развитие города, отдельные благотворители и организации, оказывающие поддержку социально незащищенным слоям населения, журналисты, способствующие развитию социальной сферы регионов присутствия компании.

4. Новогодний прием для волонтеров, новогодние елки для участников и благополучателей проекта. В декабре 2014 года в девяти городах прошли крупные общегородские приемы волонтеров и благотворителей. На мероприятии были подведены итоги года, новогоднего марафона и конкурса общественного признания. Приглашенные представители органов власти, партнеры и лучшие волонтеры были награждены дипломами и памятными призами.

ОЦЕНКА ПРОЕКТА

Ежегодно по итогам марафона готовится аналитический отчет, в котором учитывается вся статистическая информация, мнения и отзывы участников, благополучателей и партнеров. В рамках отчета также анализируется объем привлеченных ресурсов и средств и количество публикаций о проекте.

Результаты программы в 2014 году:

- Создана эффективная устойчивая система поддержки добровольческих инициатив от поиска и вовлечения волонтеров до вывода акций на уровень общегородских и региональных мероприятий.
- Привлечено 380 партнерских организаций.
- Проект способствует формированию культуры в области благотворительности, добровольчества, коммуникаций, стимулирует социальную ответственность граждан.

- Реализованы 895 добровольческих акций и мероприятий, направленных на поддержку и продвижение идей добровольчества на территориях проекта.
- В рамках проекта приобретено 1 257 подарков детям из групп риска.
- Сформирована 101 команда волонтеров.
- Благополучателями проекта стали 247 организаций и 17 315 человек.
- Вклад партнеров — 2 224 345 рублей — дополнительные средства на реализацию проекта.

Статистика за годы реализации:

- количество команд — 227,
- количество волонтеров — 8 042,
- организовано и проведено мероприятий — 2 116.

Проект является уникальной коммуникационной площадкой, позволяющей совместно с экспертами в области молодежной и социальной политики, бизнес-организациями, НКО и органами власти вырабатывать совместные механизмы, внедрять современные технологии по развитию волонтерского движения в городах реализации программы. Каждый из участников предоставляет свои ресурсы и опыт, обеспечивая успешную реализацию проекта.

Программа продолжит реализовываться в 2015 году. В городах, где есть благотворительный фонд компании, в течение года реализуется программа городского и корпоративного волонтерства — «Помогать просто», поэтому деятельность не заканчивается на марафоне, благотворительные мероприятия и акции реализуются в течение всего года.

Наталья Каминарская, Форум Доноров:

«Представленный проект, по сути, является методическим пособием по развитию волонтерской деятельности в регионе присутствия компании. Проработанные внутри компании механизмы уже апробированы с участием внешних партнеров, а значит, могут быть распространены и более широко. Одной из составляющих успеха проекта является наличие корпоративного фонда, который играет роль основного организатора проекта и привлекает другие заинтересованные стороны к участию. Важно отметить и наличие специального оргкомитета проекта, в который входят и партнеры. Для компаний, которые ищут возможности заинтересовать и поощрить партнеров, проект также представляет собой целую линейку апробированных механизмов и подходов, которые можно легко тиражировать. Особое внимание привлекают не только точный количественный анализ результатов проекта, но и выявленные и представленные качественные изменения среды, произошедшие в результате работы».

II место

Конференция «Деловое обсуждение благотворительности для развития общества» (ДОБРО), Mail.Ru Group, USM Group, «МегаФон» и «Металлоинвест»

Цели программы:

повышение эффективности диалога между некоммерческими организациями, бизнесом и обществом, рост квалификации местных некоммерческих организаций

Сроки реализации:

с 2014 года

Бюджет:

3 млн рублей

Целевая аудитория:

некоммерческие организации, бизнес, власть, общество

Описание программы:

Конференция «Деловое обсуждение благотворительности для развития общества» является образовательной площадкой для благотворительных организаций из разных регионов России и местом встречи бизнеса и НКО. Она стала уникальным примером взаимодействия компаний, которые объединили экспертизу и финансовые ресурсы для реализации инфраструктурного образовательного проекта для НКО со всей России.

Особую важность в проекте приобрело формирование программы конференции, которая позволила поднять профессиональный уровень не только некоммерческим организациям из регионов России, но и более крупным представителям НКО из Москвы и Санкт-Петербурга. Работа над программой началась в 2014 году. Участие в формировании повестки

принимали как основные организаторы ДОБРО — Mail.Ru и «Мегафон», так и приглашенные эксперты — Development Group, которые участвовали в проекте pro bono, а также журнал «Бизнес и общество».

Каждый день конференции был посвящен определенной проблематике.

Темой первого дня стало понятие миссии и бренда НКО. Этим понятиям уделяется недостаточно внимания, особенно со стороны региональных НКО, которые в стремлении «помочь как можно быстрее» не оставляют времени для долгосрочного планирования, формулировки собственной миссии.

Начало первого дня было решено провести в виде воркшопа, в рамках которого участники конференции вместе составили карту ключевых для благотворительности событий последних десятилетий, а также смогли нарисовать портрет максимально эффективного сотрудника НКО. Воркшоп провел Евгений Горькаев, исполнительный директор некоммерческого партнерства тренеров и консультантов «Девелопмент-групп», член правления АНО «Упсала-цирк». Представлением о ценностях бренда и способах его формирования поделилась также Арина Габа, директор по фандрайзингу БФ «Подари жизнь».

Тему брендинга продолжило ток-шоу со звездами о секретах успешного сотрудничества благотворительного фонда и медийных лиц, участие в котором приняли Алексей Кортнев и Сергей Белоголовцев. Уникальный формат ток-шоу позволил участникам конференции не только получить информацию о том, как звезды принимают решение об участии или поддержке того или иного благотворительного проекта, но и задать волнующие вопросы.

Примечательно, что при разработке концепции шоу стало ясно, что недостаточно поделиться с фондами тонкостями работы с известными людьми. Руководитель фонда сам должен уметь выступать публично и быть максимально убедительным в этом. Так появилась идея проведения медиатренинга от Петра Лидова, PR-директора «Мегафона». Его мастер-класс был специально адаптирован для НКО.

Темой второго дня стало использование инструментов коммуникации и поиска ресурсов. И здесь самым важным было дать фондам представление о сторителлинге как значимом компоненте современной коммуникации фонда. Сторитоллинг является основой успешного крауд-проекта и взаимодействия со СМИ.

Также было важно рассказать о способах взаимодействия с государством, о том, какие ошибки допускают фонды при подаче заявок

на государственные гранты, а также о том, как взаимодействовать с департаментами культуры городов, какие проекты могут быть тиражированы и как фонды могут стать частью изменений. Для этого были приглашены такие спикеры, как Мария Слободская, президент Института проблем гражданского общества, Наталья Лосева, медиаменеджер, стратегический директор ГАУК «Мосгортур», Владимир Филиппов, заместитель руководителя Департамента культуры г. Москвы.

Третий день конференции был посвящен презентациям социальных проектов перед представителями заинтересованных коммерческих компаний. Для подготовки этого дня были проведены консультации с целым рядом КСО-экспертов ведущих компаний, чтобы уточнить удобный формат восприятия презентаций фондов. Кроме того, были достигнуты договоренности со школой бизнеса «Сколково» о проведении консультаций накануне презентационного дня. Задачей экспертов «Сколково» было помочь представителям фондов сделать максимально эффективные презентации. В итоге при потенциальной заинтересованности представители компаний смогли не только получить представление о десятках разноплановых проектов из разных регионов России, но и познакомиться с их авторами лично.

В рамках предварительной работы были совершен отбор фондов для участия в конференции, их регистрация, предварительный анализ презентаций их проектов, работа с пожеланиями фондов по поводу того, какие знания и навыки необходимы их сотрудникам прямо сейчас.

В первой образовательной конференции ДОБРО приняли участие 135 представителей благотворительных фондов и НКО из 50 городов России и 60 представителей компаний. Кроме того, в конференции принимали участие представители власти, а именно Департамента культуры города Москвы, а также представители медиа, бизнес-сообщества (АКМР, АМР, Московская школа управления «Сколково»).

Был привлечен целый ряд медиапартнеров: Вести.ru, «Жизнь без преград», «Коммерсант», АСИ, «Филантроп», «Бизнес и общество».

Проект включал в себя как офлайн-форматы, так и мультимедиа-форматы. Для мероприятия был создан сайт dobro.mail.ru/conference, где сегодня доступны все материалы конференции, в том числе видео выступлений спикеров и участников.

Конференция станет ежегодной, в дальнейшем планируется фокусироваться на отработке практических навыков.

Сайт мероприятия dobro.mail.ru/conference

Наталья Каминрская, Форум Доноров:

«Проект выделяется среди других участников конкурса своей целью — объединением усилий компаний по повышению квалификации НКО. Хотя эта тема и поднималась неоднократно на конференциях среди бизнеса, в полной мере доведена до логического финала прежде не была. Компании поддерживают обучение НКО, финансируют конференции НКО, но провести собственную конференцию по повышению квалификации НКО не только для своих благополучателей пока никто не решался. Однако основное достоинство проекта не только в том, что его инициаторами и организаторами стали представители бизнеса. Партнерство удалось сделать основным фокусом и составной частью всей работы, где спикерами и тренерами стали представители различных компаний. Отдельного внимания заслуживает формат ярмарки проектов для потенциальных доноров — хотя и не новый, но реализованный именно в таком ключе, с дополнительной поддержкой при доработке проектов со стороны профессиональных консультантов, впервые».

III место

Воздушный марафон добра, ООО «Эльдорадо»

Цели программы:

поддержка программы развития массового добровольного донорства крови

Сроки реализации:

с 2013

Целевая аудитория:

молодежь

Описание программы:

21 января 2013 года вступил в силу Федеральный закон о донорстве крови, который переводил возмездную систему сдачи крови в России на безвозмездную. Отмена платного донорства вызвала в обществе неоднозначные отклики. И хотя ситуация достаточно быстро стабилизировалась, эксперты в один голос заговорили о фактическом отсутствии социальной рекламы, которая бы финансировалась государством и пропагандировала здоровый образ жизни и добровольное безвозмездное донорство крови и его компонентов на постоянной основе.

Необходимо было начинать серьезную социальную работу, вовлекая в безвозмездное донорство молодежь России. Компания «Эльдорадо» не осталась в стороне от острой социальной проблемы и присоединилась к донорской инициативе своего партнера — LG Electronics. В поддержку программы Министерства здравоохранения РФ и ФМБА России был организован масштабный донорский проект — марафон «Технология Добра». Его соорганизаторами выступили Федеральное агентство по делам молодежи (Росмолодежь) и федеральный проект «Технология Добра». Участники проекта прошли на теплоходе по Каме и Волге, сделав остановки в восьми городах России (Пермь, Нижнекамск, Казань, Ульяновск, Самара, Саратов, Волгоград, Астрахань). В каждом из них были организованы городские дни донора с участием известных

спортсменов, а также лекции для студентов вузов на тему важности безвозмездного донорства крови.

Проект вызвал интерес федеральной и региональной прессы, вышло несколько сотен публикаций, призывающих горожан стать донорами. Для усиления информационного воздействия компания «Эльдорадо» предложила использовать канал in store media — плазмы продаваемых телевизоров (более 500 магазинов в 200 городах России) — для пропаганды безвозмездного донорства крови на постоянной основе.

В 2014 году было принято решение повторить проект. Для дальнейшего стимулирования внимания СМИ, было решено «пересесть» с парохода на самолет и расширить географию донорского проекта, перелетев за Урал в Сибирь. Так в проекте появился еще один партнер — компания UTair.

С 23 сентября по 11 октября самолет с участниками проекта «Воздушный марафон добра» посетил Иркутск, Тюмень, Екатеринбург, Новосибирск, Омск. Послами донорства и здорового образа жизни стали прославленные спортсмены России. Еще одним важным элементом донорского марафона стало участие в проекте топ-менеджмента «Эльдорадо». За этот период участники проекта пролетели более 30 тысяч км, в пяти днях донора приняли участие около 450 добровольцев — сотрудники компаний «Эльдорадо», UTair, LG Electronics, а также студенты и представители молодежных организаций городов. Лекции в вузах о важности добровольного донорства крови и его компонентов посетили свыше тысячи человек. По состоянию на конец года совместно компаниями «Эльдорадо» и LG Electronics проведено 25 дней донора, география донорского движения распространилась от Москвы до Иркутска. В канале in store media в течение 2014 года демонстрировались три ролика о донорских акциях в разных городах.

Учитывая высокую результативность проекта по вовлечению молодежи и привлечению внимания СМИ, принято решение о его продолжении. В 2015 году донорский марафон будет приурочен к 70-летию Победы в Великой Отечественной войне. Он возьмет старт 10 апреля на Поклонной горе в Москве и пройдет по городам-героям и городам воинской славы. Перемещение между ними будет осуществляться на трех видах транспорта: самолете, автобусе и поезде.

Наталья Каминарская, Форум Доноров:

«Проект предлагает взглянуть на распространенный формат личной благотворительности — донорство крови — с новой точки зрения. Если традиционно НКО объединяют компании для организации дней доноров, чтобы в одном месте получить как можно больший охват аудито-

рии, тут компании проявили инициативу по продвижению идеи в целом и привлечению широких масс к донорству крови. Отдельного внимания заслуживает использование "профильных" возможностей компаний — участников проекта — демонстрация роликов о донорстве крови на продаваемых плазмах в магазине, перелеты участников проекта обеспечила авиакомпания. Проект интересен и тем, что в его продвижении и сопровождении принимали (участие?) как специально привлеченные известные люди, так и статусные лица компаний, тем самым способствуя выполнению поставленной задачи по продвижению идеи донорства крови».

Организаторы и партнеры

Форум Доноров

Форум Доноров — партнерство крупнейших российских и иностранных благотворительных (донорских) 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, предоставление информации, необходимой для каждодневной работы донорского сообщества.

www.donorsforum.ru

ВЕДОМОСТИ

Деловая газета «Ведомости» уже более 16 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

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 208 000 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.

www.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 объединяет порядка 140 отраслевых и региональных бизнес-объединений, а также компании крупного, среднего и малого бизнеса, представляющие ключевые сектора экономики: ТЭК, машиностроение, инвестиционно-банковскую сферу, а также оборонно-промышленный комплекс, строительство, химическое производство, легкую и пищевую промышленность, сферу услуг.

РСПП видит свое предназначение в консолидации усилий промышленников и предпринимателей России, направленных на улучшение деловой среды, повышение стандартов предпринимательской деятельности, статуса российского бизнеса в стране и в мире, поддержание баланса интересов общества, власти и бизнеса.

www.rspp.ru

Международный форум лидеров бизнеса (IBLF) объединяет усилия бизнеса, государства и общества для увеличения вклада бизнеса в устойчивое развитие.

Задача IBLF в России — содействовать стабильному и устойчивому развитию страны. Наши программы помогают росту бизнеса и в то же время способствуют долгосрочному социальному развитию. Деятельность IBLF в России направлена на совершенствование стандартов ведения бизнеса, поддержку молодежного предпринимательства, повышение финансовой грамотности населения, содействие компаниям в управлении экологическими рисками и развитие корпоративного волонтерства.

Филиал IBLF в России внесен в реестр филиалов и представительств международных организаций и иностранных некоммерческих неправительственных организаций Федеральной регистрационной службой под № 206 20 февраля 2007 года.

www.iblfrussia.org

Факультет государственного управления был создан в 1993 году и за 20 лет своего существования стал одним из наиболее динамично развивающихся факультетов Московского университета с собственной концепцией образовательного процесса и комплексной системой подготовки специалистов в области государственного управления.

На факультете государственного управления готовятся кадры для различных уровней государственной власти, дается классическое университетское образование, основанное на сочетании фундаментального и прикладного, системного и ситуационного подходов. Кроме того, факультет обеспечивает повышение квалификации работников федеральных, региональных и муниципальных органов власти.

www.spa.msu.ru

Британский Совет — британская международная организация, призванная развивать сотрудничество в области образования, культуры и искусства между Великобританией и другими странами. Офисы Британского Совета находятся в более чем 100 странах.

В России он закладывает основу для развития доверия и взаимопонимания между Россией и Великобританией, представляя Великобританию как современного и эффективного европейского партнера. Проекты Британского Совета в области образования, искусства и английского языка направлены на поддержку стабильной, творческой и процветающей России. Во всех областях деятельности Британский Совет стремится к тесному сотрудничеству с российскими партнерами и содействует взаимному культурному обогащению России и Великобритании.

www.britishcouncil.ru

«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

Компания «Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд» образована в 1994 году с целью разработки Пильтун-Астохского и Лунского нефтегазовых месторождений в Охотском море на шельфе острова Сахалин. Работа ведется в соответствии с Соглашением о разделе продукции (СРП) по проекту «Сахалин-2», подписанным между компанией и РФ, представленной Правительством России и администрацией Сахалинской области. Акционерами компании через свои дочерние структуры являются ОАО «Газпром», англо-голландский концерн «Шелл», японские группы «Мицуи» и «Мицубиси».

В рамках освоения месторождений компания построила масштабную инфраструктуру для добычи, транспортировки, переработки и последующей реализации углеводородов. «Сахалин Энерджи» — первый и пока единственный в России производитель сжиженного природного газа. Благодаря компании Россия стала одним из ключевых игроков на перспективном рынке Азиатско-Тихоокеанского региона. В настоящее время завод «Сахалин Энерджи» обеспечивает свыше четырех процентов мировых поставок СПГ. С момента своего создания в 1994 году компания уделяет большое внимание реализации на территории Сахалина социально значимых программ. Масштабные и последовательные инвестиции в социальную сферу и долгосрочная политика, направленная на решение общественно значимых задач, соответствуют приверженности компании принципам устойчивого развития.

www.sakhalinenergy.ru

Содержание

О проекте 3

Посол благотворительности. Инна Прохорова 5

РАЗДЕЛ 1. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Результаты исследования «Лидеры корпоративной благотворительности — 2015». Александра Болдырева, Ирина Ефремова-Гарт 7

РАЗДЕЛ 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА

Итоги 24

Список участников проекта 29

Члены жюри и эксперты 30

О победителях рэнкинга, Лия Сидлина 33

РАЗДЕЛ 3. КОНКУРС БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ

Номинация Министерства экономического развития РФ 37

Номинация Российского союза промышленников и предпринимателей 54

Номинация Международного форума лидеров бизнеса. 84

Номинация Факультета государственного управления МГУ имени М. В. Ломоносова 104

Номинация Британского Совета 124

Номинация Форума Доноров 142

Автор-составитель:
Александра Болдырева

Редактор:
Александр Безлепкин

Дизайн и верстка:
Юрий Васильков

Над сборником работали:
Ирина Вдовенко
Ирина Ефремова-Гарт
Наталья Каминарская
Артем Мартынов
Лия Сидлина

Тираж 500 экз.
Печать цифровая
Гарнитура Journal Sans

Форум Доноров
127255, Москва, ул. Сущевская, д.9, стр. 4

Отпечатано в типографии «Флай-арт»
129110, Москва, проспект Мира, 49
www.flyart.pro

Лидеры корпоративной благотворительности 2015

+7 499 978-5993

corporateleader@donorsforum.ru

www.donorsforum.ru/projects/lkb