

# Л

Тематические страницы газеты **Коммерсантъ**

## Лидеры корпоративной благотворительности

Среда 30 ноября 2022 №222 (7423 с момента возобновления издания)

kommersant.ru

21 Россия подходит к системному взаимодействию ученых и филантропов

22 Вложения компаний в культурные проекты становятся долгосрочными

22 Участники грантовых конкурсов нуждаются в интенсивном обмене опытом

# Зрелый подход к социальным инвестициям

Итоги проекта «Лидеры корпоративной благотворительности» ассоциации грантодающих организаций «Форум доноров» в 2022 году демонстрируют профессионализацию секторов, которой предшествовал рост социальных инвестиций в 2021 году, заявляют организаторы и эксперты рейтинга и конкурса социальных проектов. Они говорят и о расширении и разнообразии проектов развития территорий, об увеличении проектов в отрасли инклюзии, о сохранении интереса к экопросвещению.

— рейтинг —

Ассоциация грантодающих организаций «Форум доноров» представила свой ежегодный рейтинг компаний, в котором оценивался уровень социальной ответственности, «Лидеры корпоративной благотворительности». Ассоциация также назвала и лучшие социальные проекты бизнеса. Ранжирование компаний и исследование социальных проектов проходит в 17-й раз. За эти годы в проекте приняло участие более 200 ответственных и иностранных компаний, которые работают в России и имеют годовой оборот свыше 100 млн руб.

В рейтинге, партнером методологии которого является Группа компаний B1 (ранее Ernst & Young), участники распределяются по шести категориям: «Лидеры», «Лучшая практика», «Передовая практика», «Хорошая практика», «Развивающаяся практика», «Формирующаяся практика». Как отметила руководитель проектов «Форума доноров» Светлана Саркисова, такое ранжирование позволяет «сфокусироваться на лучших практиках без борьбы за места»: «Методология рейтинга предусматривает экспертную оценку качественных критериев, количественная информация собирается для исследовательских целей». Эксперты рассматривают подход компаний к благотворительной деятельности и социальным инвестициям, уровень управления и организации благотворительной деятельности и социальными, взаимодействия с заинтересованными сторонами, а также процесс совершенствования социально направленных деятельности и инвестиций.

В первую группу рейтинга («Лидеры») в 2022 году вошли девять компаний: АФК «Система», «Металлоинвест», МТС, «Норильский никель», «Русал», СИБУР, СУЭК, ТМК (Трубная металлургическая компания), «ФосАгро». В прошлом году лидировали шесть компаний, пять из которых оказались в этой же группе и теперь. Во вторую группу («Лучшие практики») вошли 11 компаний: X5 Group, «Сегежа Групп», ВТБ, «Газпром нефть», ОМК (Объединенная металлургическая компания),

«Полюс», «Протек», «Росбанк», «Ростелеком», «Сахалинская энергия», «Северсталь».

Госпожа Саркисова напоминает об исследовании американской ассоциации CESP (Глобальная коалиция генеральных директоров для достижения общих целей) в области социальных инвестиций корпораций «Giving in numbers». Согласно ему, в 2021 году медианный бюджет на проекты в области корпоративной социальной ответственности (КСО) снизился на 20%, что объясняется снижением остроты пандемии и уменьшением объемов антиковидной помощи со стороны бизнеса. Доля бюджета на противодействие пандемии в объеме трат на КСО в 2020 году составила 17%, а в 2021 году — 2%. «Если посмотреть международные тенденции прошлых лет, российские компании зачастую продолжали международные тренды», — отмечает госпожа Саркисова. — Но не в этот раз.

Она сообщила, что по итогам 2020 года бюджет российских компаний на нужды общества составлял почти 105 млрд руб. (тогда данные раскрыли 39 компаний), а в 2021 году эта цифра выросла примерно до 153 млрд руб. (данные 38 компаний). «Мы сознательно не называем компании с наибольшим вкладом, рейтинг не учитывает суммы, однако эти цифры релевантные», — сказала Светлана Саркисова, добавив, что у ряда компаний по сравнению с прошлым годом «суммы увеличились значительно», а у некоторых из них — «в разы».

Рейтинг текущего года показал, что компании увеличивают расходы на социальные проекты, основывают отдельные фонды, которые занимают благотворительностью, обратила внимание эксперт конкурса, директор по методологии финансирования устойчивого развития корпорации ВЭБ.РФ Анастасия Цумерова. «Инвестиции компаний направляются в поддержку образования, здравоохранения, спорта, культуры и других не менее важных сфер», — говорит она. — Интерес компаний к социальным инвестициям является одним из стимулов для развития национального рынка социальных финансовых инструментов».

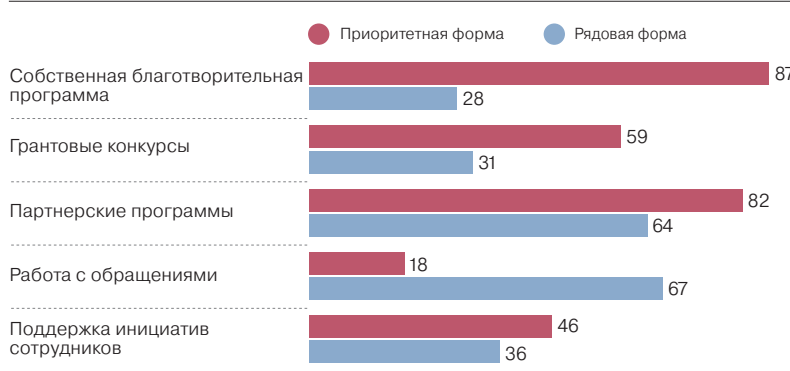
### НАПРАВЛЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ И СОЦИАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ (ДОЛЯ КОМПАНИЙ-УЧАСТНИКОВ КОНКУРСА)

ИСТОЧНИК: «ФОРУМ ДОНОРОВ»



### ФОРМЫ РЕАЛИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ И СОЦИАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ (ДОЛЯ КОМПАНИЙ-УЧАСТНИКОВ КОНКУРСА)

ИСТОЧНИК: «ФОРУМ ДОНОРОВ»



Она напомнила, что Минэкономики и ВЭБ.РФ завершили разработку проекта таксономии социальных проектов — национального стандарта по социальным финансовым инструментам, его планируется внедрить в правительство в следующем году. «Социальные проекты становятся все более востребованными, интерес крупного бизнеса постепенно смещается с E (Environment) в сторону S (Social), — отмечает госпожа Цумерова. — В связи с этим принятие российской социальной таксономии будет способствовать росту инвестиций в социальные проекты».

Светлана Саркисова в качестве уже действующего примера социальной таксономии привела проект фонда «Система», запущенный совместно с

ВЭБ.РФ и администрацией Костромской области для повышения эффективности вложений в образовательную сферу и подготовку кадров в регионах. Это пилотный проект-проект, который предполагает конкретный набор показателей результативности: от их достижения будет зависеть возможность возврата большей части вложений фонда по истечении срока проекта (2021–2024 годы).

### Работа в предлагаемых обстоятельствах

Эксперт конкурса, руководитель департамента по социальным вопросам компании «Кресент Петролеум» (Ближний Восток) Олег Базалев обратил внимание на общее снижение числа заявок от компаний на

ранжирование и участие в конкурсе социальных проектов: «Многие иностранные компании, которые традиционно участвовали в конкурсе корпоративной благотворительности, покинули российский рынок. В то же время все крупные российские компании, как и прежде, участвовали в конкурсе». По его оценке, российские компании «не сбавляли темпа и не сокращали свои бюджеты на социальную ответственность». Но он призвал учитывать, что планирование бюджетов в больших корпорациях начинается задолго до начала календарного года. «Влияние изменившихся реалий, скорее всего, мы увидим в размерах корпоративных бюджетов 2023 года», — убежден господин Базалев. Особенностью конкурса 2022 года он назвал уменьшение объема раскрываемой информации в публичных источниках: «Причины общеизвестны — в условиях санкционного давления каждое сказанное слово или показанная цифра могут быть использованы против бизнеса».

«Суммы для нас не главное. Главное — насколько эффективны социальные инвестиции», — говорит госпожа Саркисова. — Мы видим эволюцию многих компаний, которые не впервые принимают участие в рейтинге. Это сходные по типам бизнеса «Свежа-лес» и «Сегежа Групп» (лесопромышленный комплекс), Biocad и «Протек» (медицина и фармацевтика), что с осторожным оптимизмом позволяет утверждать, что растет профессионализация секторов».

Она говорит, что к рейтингу в текущем году присоединяются компании со «зрелым» подходом к социальным инвестициям, и не только от сырьевого и металлургического комплекса, который преваляровал в первые годы проведения конкурса. Например, в нынешнем году высокие позиции в рейтинге заняли «Магнит» из продуктового ритейла, Альфа-банк из банковской сферы, транспортная группа Fesco, компания VK, развивающая высокотехнологические сервисы. Эксперт конкурса, руководитель Проектного офиса «Стратегии и практики устойчивого развития», старший преподаватель РЭУ им. Плеханова Светлана Герасимова также отметила рост участия «ритейла с осмысленным системным подходом к устойчивому развитию и социальным инвестициям», компаний в области логистики, FMCG-компаний и банков. Она выделила и тренд на проекты компаний, направленные на комплексное развитие территории присутствия. Это, например, относительно новые проекты «Территория притяжения» ММК (Магнитогорского металлургического завода) или программа «Новый социальный вектор» группы ГАЗ. «Таких про-

### Рейтинг «Лидеры корпоративной благотворительности»

A+	АФК «Система»
	«Металлоинвест»
	МТС
	«Норильский никель»
	«Русал»
	СИБУР
	СУЭК
	ТМК
	«ФосАгро»
A	X5 Group
	Segezha Group
	ВТБ
	«Газпром нефть»
	ОМК
	«Полюс»
	«Протек»
	Росбанк
	«Ростелеком»
	«Сахалинская энергия»
	«Северсталь»
B+	Альфа-банк
	«ВКонтакте» (VK)
	«Вымпелком» («Билайн»)
	Газпром-Медиа Холдинг
	Транспортная группа Fesco
	«Еврохим»
	«Магнит»
	«Нордголд»
	PMK
	«РусГидро»
	«Свежа-лес»
B	Влад
	Группа ГАЗ
	«Янссен», подразделение фармацевтических товаров ООО «Джонсон & Джонсон»
C+	Самарский металлургический завод («Арселмис СМЗ»)
	«Катрен»
	«МегаФон»
	ММК
C	«Лента»

Источники: «Форум доноров».

грамм становится больше», — констатировала госпожа Герасимова.

### Инклюзия и развитие территорий

В конкурсе социальных проектов, в частности, звание лучшей корпоративной программы социальными инвестициями на территориях в контексте устойчивого развития и стратегии бизнеса поделили две компании: программа «Родные города» «Газпром нефти» и программа социальных инвестиций «Формула хороших дел» СИБУРа (см. таблицу на стр. 22). Лучшей программой, способствующей устойчивому развитию с помощью грантовых конкурсов, признан конкурс благотворительного фонда «Дорога к дому» компании «Северсталь». Благотворительная программа «Музеи Русского Севера» «Северстали» была признана лучшим проектом поддержки культуры и искусства. Лучшей программой экопросвещения назван проект ПАО ВТБ «Подари лес другу!».

c20

# «Оставшиеся в России компании выводят свою благотворительность на новый уровень»

— мнение —

**Исполнительный директор ассоциации грантодающих организаций «Форум доноров» АЛЕКСАНДРА БОЛДЫРЕВА — о том, как растущая неопределенность отражается в сфере корпоративной филантропии и каким образом это отражается в попытках компаний вывести управление своими программами и проектами на новый качественный уровень в соответствии с национальными и международными целями развития.**



ФОТО: АЛЕКСАНДРА БОЛДЫРЕВА

Что мы знали о стабильности и неопределенности в прошлом году? Ровно на год меньше, чем знаем сегодня. За последние месяцы многое из того, что казалось привычной практикой компаний, поставлено под сомнение. Неоднократно в этот период бизнес включал «режим тишины» в отношении своей социальной деятельности, на конференционных площадках звучали вопросы: продолжится ли финансирование бизнесом социальных проектов, как будут меняться стратегии, что будет с привычной для многих концепцией ESG, сохранит ли актуальность повестка Целей устойчивого развития ООН, будут ли вноситься коррективы в национальные цели?

Открывая прием заявок на конкурс «Лидеры корпоративной благотворительности» в этом году, мы не знали, какие программы и проекты увидим и сколько компаний решат продолжить свое участие в конкурсе. Впрочем, мы были уверены, что нужно сохранить не только проект, но и все его составляющие: исследование, конкурс программ, встречи

и обмен опытом. В результате в 2022 году в конкурсе участвовали 60 компаний, подведены итоги в 9 номинациях. Анализ анкет рейтинга продемонстрировал высокий уровень зрелости компаний в управлении социальными проектами.

Несмотря на турбулентность и высочайший уровень неопределенности, которые стали характерными признаками сегодняшнего времени, результаты конкурса свидетельствуют об уверенном желании существующей части бизнеса сохранить и продолжить то, что этот бизнес делал до 2022 года: развивать регионы, поддерживать партнеров, реализовывать долгосрочные программы. Делать это аккуратно и осознанно, с пониманием собственной ответственности

и существующих рисков, в соответствии со стратегиями, принятыми компаниями, значительная часть которых открыта и доступна для ознакомления. В этом году все участники рейтинга представили информацию о документальном закреплении стратегий корпоративной благотворительности, а три четверти участников предоставляли доступ к документам, в которых эти стратегии зафиксированы. Почти все компании, участвовавшие в «Лидерах корпоративной благотворительности», отражают свою благотворительную деятельность в регулярной корпоративной нефинансовой и интегрированной отчетности.

Увеличение уровня прозрачности корпоративной благотворительности — один из основных трендов времени. Если еще недавно мы говорили о прозрачности, используя лишь показатель раскрытия бюджетов, то сегодня компании считают возможным и правильным делать прозрачными процедуры и системы принятия решений.

Эксперты конкурса отмечают желание и готовность российского бизнеса следовать международным стандартам, принципам Глобального договора ООН, Целям устойчивого развития ООН и другим. Несмотря на существующие сложности в коммуникациях с международными организациями, компании, принимающие участие в проекте, подтверждают свою готовность быть последовательными. Еще одним характерным трендом стал рост внимания к национальным целям и проектам. Продолжая держать в фокусе внимания бизнес-стратегии своих компаний, бизнес в процессе опреде-

ления приоритетов корпоративной благотворительности все чаще соотносит их с национальными целями, понимая важность координации соответствующих усилий. Это позволяет максимально эффективно и с наибольшим социальным эффектом использовать имеющиеся ресурсы.

Хотя часть компаний, активно инвестирующих в социальную сферу и занимавшихся благотворительностью, ушли с российского рынка, те, кто продолжил работать, реализуют свои корпоративные благотворительные программы, выводя эту работу на новый уровень. Бизнес пытается разобраться в том, что работает эффективно и достигает результатов, а от чего следует отказаться. Анализ практик финансирования этой деятельности позволяет сделать вывод, что в 2022 году 80% компаний работали с фиксированными бюджетами на год. Лишь каждая восьмая компания привязывала эту сумму к размеру прибыли или выручки. Вместе с тем анализ того, как будет корректироваться программный пакет и размер бюджетов, не уходил из повестки.

Последние семь лет мы наблюдали заметный рост внимания компаний к мониторингу и оценке благотворительных проектов и программ. Одним из характерных признаков этого года стал рост интереса и готовности инвестировать в развитие культуры оценки, наращивание собственного внутреннего потенциала и компетенции сотрудников в этой области. Внешние эксперты в области оценки все так же привлекаются к разработке методологий, но сейчас сотрудники ком-

паний чаще включаются в такой процесс на этапе анализа данных, собранных в процессе оценки. Таким образом, выводы и рекомендации делаются при непосредственном участии самой компании, что позволяет в дальнейшем опираться на эти выводы и использовать рекомендации для улучшения качества оценочных программ.

Все большую роль при формировании и пересмотре портфеля программ начинают играть бизнес-задачи компаний. Сегодня три направления корпоративной филантропии были равно отмечены как основные для компаний — участников проекта: образование, экология и развитие местных сообществ. Следом идут здравоохранение и здоровый образ жизни, а дальше — поддержка культуры и науки. Полный список приоритетов довольно длинный, но о чем он говорит? Первая тройка — это направления, напрямую связанные с бизнесом и сформированные на основе анализа стейкхолдеров, рисков, потребностей в кадровом резерве и других факторов. А вторая половина — ключевые общечеловеческие ценности, без которых трудно представить гармоничное развитие любого общества.

Здесь и сейчас сложно сказать, что будет завтра, в ближайшей перспективе. Но сегодня особенно четко понимаешь, что планирование вдолгую позволяет сохранять видение стратегии, поставленных целей вне зависимости от изменений, продиктованных сегодняшним днем. Маршрут может измениться, но хочется надеяться, что общее направление и видение результата останутся.



# лидеры корпоративной благотворительности

## «Социальные приоритеты СУЭК не изменились»

Генеральный директор АО СУЭК **Максим Басов** — о том, как формируется политика в области корпоративной социальной ответственности в текущих условиях, а также о социальных, экологических и экономических проектах компании в регионах присутствия.

— интервью —

— Максим Дмитриевич, вы возглавили СУЭК в непростое время, когда руководство большинства российских компаний больше думало не об устойчивом развитии, а о том, как сохранить бизнес на плаву. Все эти санкции, блокировки, ограничения, наверное, снизили приоритетность социальной политики?

— Нет, приоритеты СУЭК в социальной сфере не изменились. Они вообще вшиты в модель нашего бизнеса: без активной социальной политики и масштабной корпоративной благотворительности жизнь в шахтерских моногородах замирает, и это лишает нас перспектив. К тому же мы, как недропользователи и крупнейшие налогоплательщики, влияем не только на социальное развитие поселений, но и на природную среду, на транспортную инфраструктуру, на все условия жизни людей. В регионах присутствия от нас ждут изменений к лучшему, и мы не можем обмануть эти ожидания.

Надо понимать, что вклад СУЭК в развитие регионов не сводится к социальным и благотворительным программам, которые компания и ее корпоративный благотворительный фонд «СУЭК — Регионам» реализуют на территориях присутствия. Это масштабные мероприятия, в которые ежегодно инвестируется больше миллиарда рублей, о них часто пишут региональные СМИ, но они никогда не смогли бы переломить негативное отношение к компании, если бы ее деятельность в регионе множила социальные и экономические проблемы.

Понятие социальной ответственности включает и ответственное отношение к финансовым обязательствам, и заботу об экологии, и строгое соблюдение правил производственной безопасности, и высокий уровень социальной защищенности сотрудников. Только в случае соответствия этим базовым требованиям социальные программы воспринимаются обществом органично и помогают формировать благоприятную среду для бизнеса, то есть поддержку и понимание производственных целей компании со стороны региональных властей и местных сообществ.

— СУЭК часто сталкивается с недоверием на местном уровне?

— Сейчас — нет, но это результат большого труда и масштабных инвестиций. Дело в том, что деятельность угольных компаний всегда связана с нарушением почвенного покрова, строительством дорог производственного назначения, использованием воды, угольной пылью, выбросами, которые образуются при сжигании топлива на станциях и в котельных. Безответственное отношение к этим вопросам обычно вызывает очень болезненную реакцию не только местного сообщества, но даже и потребителей. Поэтому мы очень много инвестируем в повышение экологичности производства — более 5 млрд руб. только за последние два года. Все лучшие отраслевые природоохранные практики, которые появляются в мире, мы изучаем и стараемся применить, причем во всех производственных процессах. Это касается и рекультивации земли, и строительства очистных сооружений, и установки фильтров на станциях. В результате получаем эффект, который в общественном сознании ассоциируется с нормой. Даже с точки зрения борьбы с климатическими изменениями СУЭК выглядит абсолютно ответственной компанией.

— Для угольной компании это действительно необычно. Можете назвать какие-нибудь цифры?

— Конечно. Все знают о парниковых газах, которые высвобождаются из угольных пластов во время добычи или образуются в процессе сжигания топлива. Для решения этой проблемы обществу предлагают заменить тепловые станции ненадежной возобновляемой энергетикой и построить дорогие заводы для улавливания и хранения углекислого газа. Мы разделяем озабоченность общества возможными последствиями климатических изменений, но идем своим, еще более эффективным путем. Во всех регионах присутствия мы постепенно закрываем старые угольные котельные и переводим отопление домов на крупные электростанции, выбросы которых очищаются современными фильтрами. Врежние когенерации один и тот же уголь на станциях вырабатывает и тепло, и электроэнергию. Это самый экономичный способ сжигания топлива, который позволяет существенно сократить эмиссию парниковых газов. За несколько лет мы закрыли 160 котельных в Сибири, выбросы углекислого газа сократились на 400 тыс. тонн. А к 2025 году со-



ФОТО: АНДРЕЙ СЕВЕРОВ

кращение эмиссии CO<sub>2</sub> на территориях присутствия СУЭК и ее энергетического подразделения СУК составит 1 млн тонн в год. Это больше, чем могут дать все проекты строительства возобновляемой энергетики в России.

Про шахтный метан мы тоже не забываем. В Кузбассе на шахтах им. С. М. Кирова и «Комсомолец» построены и работают установки по улавливанию метана и его преобразованию в энергию. За два года было утилизировано около 10 млн куб. м метана (139 тыс. тонн CO<sub>2</sub>-эквивалента). А в целом с 2019 года эмиссия метана на шахтах СУЭК сократилась почти в два раза.

Это серьезный вклад в борьбу с климатическими изменениями, но для общества более актуальны вопросы сокращения выбросов в атмосферу не безвредного углекислого газа, а загрязнителей типа серы, бензопирена и других побочных продуктов сжигания угля. И, безусловно, вопросы восстановления почвенного покрова и очистки воды, используемой для производственных нужд на шахтах, в карьерах и на обогатительных фабриках. Поэтому СУЭК, чтобы доказать свою социальную ответственность, приходится работать по всем направлениям: вкладываться в рекультивацию, высаживать леса, строить очистные сооружения, выпускать в реки мальков рыбы, поддерживать и создавать заповедники, готовить волонтеров, помогающих бороться с негативным воздействием человека на природу — и всем этим мы занимаемся довольно успешно.

Все наши сотрудники гордятся внедрением новых систем пылеподавления в портах и на разрезах, строительством очистных на шахтах «7 Ноября — Новая» и «Комсомолец» в Кузбассе, на Березовском и Бородинском раз-

резах в Красноярском крае и на других объектах компании. Мы инвестировали в строительство очистных в каждом регионе присутствия, и люди видят изменения к лучшему. Это влияет не только на имидж СУЭК, но и на отношение к угольной отрасли в целом.

— Но экологических претензий к недропользователям со стороны общества хватает. Что мешает решению этих проблем?

— Культура недропользования в России формировалась не один десяток лет и даже не столетие. Есть «родовые болячки», есть накопленный экологический вред, который не так просто и не так быстро исправить. И у СУЭК есть проблемы, некоторые из них в этом году обострились. Например, очистные модульного типа, которые установлены на шахтах в Кузбассе, работают на основном по немецким технологиям. Чтобы не терять в динамике очистившихся изменений и эффективности очистки воды, нам нужно решать вопросы импорта эмиссии таких технологий — это непростое. Но мы работаем, ищем поставщиков, что сами производим на наших предприятиях. Экологическая политика СУЭК остается неизменной, а значит, менеджмент продолжит решать все вопросы минимизации воздействия наших производств на природу.

— Давайте вернемся к социальной политике. Ваша компания традиционно занимает ведущие позиции в рейтинге «Лидеры корпоративной благотворительности», причем побеждает чаще всего в номинациях, связанных с медициной, образованием и экологией. Другие направления социальной политики для вас менее актуальны?

— Актуальность определяется не компанией, а запросами наших благополучателей — населения территорий и наших сотрудников. Мы периодически заказываем социологические исследования в регионах, которые выявляют самые острые вопросы социального развития, в частности проблемы получения качественного медицинского обслуживания для взрослых и детей, доступности образования, помогающего найти высокооплачиваемую работу, благоустройства зон отдыха и досуга и т. п. На эти запросы при формировании социальных программ ориентируется и компания, и наш фонд. Но это не значит, что мы игнорируем другие вопросы социального развития.

Мы знаем, что по мере решения самых острых вопросов актуальными становятся проблемы самореализации, развития культуры, доступности тех или иных услуг. Поэтому одной из первых и самых известных наших программ стала «Школа социального предпринимательства», которая помогает жителям территорий готовить и реализовывать

разные социальные проекты: от благоустройства двора и помощи бездомным животным до организации детских кружков и творческих студий. Сегодня мы помогаем начинающим предпринимателям реализовать идеи, а завтра они изменяют социальную среду в своем населенном пункте, помогают решать насущные проблемы землякам, открывают новые рабочие места. Знаете, сколько человек прошли через эту школу? Почти 10 тыс. Это авторы разных проектов, которые уже делают жизнь людей лучше. Больше 100 тыс. человек в регионах пользуются результатами их проектов. Это непосредственным образом сказывается и на экономическом развитии регионов, и на устойчивости нашего бизнеса.

Вообще, вложения в развитие человеческого капитала, творческого потенциала детей и взрослых мы считаем очень перспективными. В таких проектах благополучатели становятся активными участниками, а не просителями, дистанция между ними и компанией заметно сокращается. Мы часто приводим в пример наши трудовые отряды, которые в процессе развития трансформировались в целое волонтерское движение, очень хорошо проявившее себя во время пандемии. Но вот более свежий пример — проект «Шахтерская азбука», который недавно завоевал первое место во Всероссийском конкурсе «Создавая будущее». Сотни ребят и их родителей из регионов писали стихи и рисовали иллюстрации к разным шахтерским терминам, параллельно получая знания о нашей профессии, приобретая интерес к горному делу. Потрясающий отклик! Или наша «Академия карбона» — изначально региональный проект, возникший на Ургальском угольном месторождении в Хабаровском крае. Он включает онлайн-уроки, конкурсы, квесты и все то, что может заинтересовать ребят в теме угля и его применения. За два года платформу посетили более 800 тыс. человек со всей страны, несколько тысяч ребят приняли участие в сессиях и дополнительных мероприятиях. Некоторые «выпускники академии» уже пришли к нам работать.

Результативность проектов, в которых есть общая заинтересованность компаний и населения, всегда оказывается очень высокой. Но есть ведь проблемы, которые на первый взгляд никак не связаны с рынком труда или профориентацией, с развитием инфраструктуры и другими вопросами, где интерес компании можно хоть как-то проследить. Это поддержка детей с тяжелыми заболеваниями, развитие танцевального искусства, сохранение исторической памяти. Должна ли компания ими заниматься? На мой взгляд, должна и будет. Потому что это тоже вопрос социальной ответственности. А она у СУЭК есть.

## Проблемы те же, помощь реже

— тенденции —

**Пандемия и восстановление после нее изменили мировые тренды в корпоративной благотворительности: в Европе, и в Азии люди стали внимательнее относиться друг к другу, от компаний же они ждут реальных действий, а не деклараций, и бизнес приходится это учитывать. Замедление глобальной экономики в связи с последствиями военной операции РФ на Украине еще сильнее увеличивает спрос на гуманитарную активность бизнеса, но и ограничивает ее. В России же ситуация осложняет недоверие граждан к брендам, отмечают СЕРГЕЙ ДАЙМАН и АНАСТАСИЯ ГУСЕВА из группы компаний Б1.**

Компаниям все чаще становится важна не только квартальная прибыль, а их работникам — не только месячная зарплата. И людям, и корпорациям важно демонстрировать себе и окружающим свою значимость и роль в решении мировых проблем — это поддерживает уверенность в долгосрочных перспективах и привлекает внимание компаний для работников. Корпоративную благотворительность замечают и потребители: их приверженность брендам, которые поддерживают социальные проекты, выше. Компании же, запуская соответствующие программы и вовлекая сотрудников, приносят пользу некоммерческим организациям и обществу. Некоторые лучшие практики корпоративной благотворительности фокусируются на социальных потребностях, влияющих на корпоративный контекст, и используют компетенции сотрудников, ресурсы, возможности партнерства и межсекторального взаимодействия для оказания помощи.

**Кризис доверия и рост ожиданий**

Индекс Meaningful Brands («Бренды со значением») анализирует то, как компании (которые представляют торговые марки) улучшают жизнь людей, общество и мир. По итогам исследования 2021 года к базе индекса прибавилось 2 тыс. брендов из 21 отрасли, что отражает интерес бизнеса к развитию социально значимой и благотворительной деятельности. Но этот же отчет говорит о кризисе доверия к брендам: больше 70% потребителей сообщают, что они устали от пустых обещаний и доверяют менее чем половине брендов, при этом только треть действий компаний воспринимается потребителями как адекватная социальным и экологическим проблемам. И только треть компаний, по мнению потребителей, достаточно конкретно рассказывает о своих обязательствах перед обществом.

Ожидания же потребителей на фоне обострения социальных и экологических проблем достигли максимума. Более 70% опрошенных в рамках исследования потребителей считают, что бренды должны участвовать в решении проблем общества и окружающей среды.

**Благотворительность в эпоху постпандемии**

Пандемия оказала значительное влияние на деятельность благотворительных организаций во всем мире. В ЕС, по данным портала Charity Digital, шесть из десяти благотворительных организаций столкнулись с финансовыми трудностями, треть отметили сокраще-

ние индивидуальных пожертвований и затруднения в работе сотрудников и волонтеров.

Сами же благотворительные фонды переживают этап цифровизации сбора средств и расширяют каналы взаимодействия с благотворителями и благополучателями в поиске наиболее эффективных способов увеличения позитивного социального воздействия, что, в свою очередь, сопровождается и интересом бизнеса к импакт-инвестициям. Государства Европы также поддерживают этот взаимный интерес, давая компаниям возможности уменьшения налога на прибыль благодаря пожертвованиям, хотя пока только половина компаний, выделяющих средства на благотворительность, использует такие льготы.

В США, по данным исследования агентства Nonprofit Source, в 2021 году 85% компаний имели собственные благотворительные программы (местные или национальные), 45% осуществляли международные проекты. Кроме того, отдельно корпорации жертвуют средства на программы некоммерческих организаций и увеличивали суммы пожертвований на нужды пострадавших в результате стихийных бедствий, частота и тяжесть которых растут в связи с изменением климата.

Новая тенденция — выход на первый план корпоративной благотворительности в США программ, вовлекающих сотрудников: «совместные подарки», когда к пожертвованию сотрудника компания добавляет свою, иногда заметно большую долю, и «волонтерские гранты», которые предоставляются некоммерческим организациям (НКО), — компании не только оплачивают рабочее время волонтеров, но и дополнительно финансируют проекты и административные расходы некоммерческих организаций. Кроме образования, здоровья, науки и технологий в спектре такой помощи — поддержка предоставления равных возможностей женщинам, разнообразия и инклюзивности, социальной адаптации ветеранов.

**Благотворительность Азии**

В Азии внимание к социальным и экологическим проблемам возрастает по мере экономического роста. Роль государства тут обычно выше, чем в Европе и США, а регистрация НКО может быть непростым и длительным процессом, к иностранным же благотворительным организациям и проектам власти присматриваются особенно внимательно. К примеру, китайский закон об управлении зарубежными НПО и фондами 2017 года сузил круг допустимых каналов для их работы. Непал, Пакистан и Бангладеш в последние годы также вводят ограничительные меры. Налоговые льготы для пожертвований доступны организациям, которые поддерживает государство: согласно исследованию национального университета Сингапура, почти 4 тыс. фирм в стране занимаются благотворительностью прежде всего для того, чтобы укрепить политические связи и защиту прав собственности.

Чаще всего инструментом поддержки некоммерческих организаций являются гранты. Приоритеты азиатских корпораций при их выделении схожи с мировыми: культура, гуманитарная помощь, искусство, социальное обеспечение. Как и в США и Европе, компании в Юго-Восточной Азии поощряют волонтерство и участие своих сотрудников в благотворительности. Партнерские же отношения корпораций и неправительственного сектора не так раз-

виты, как в Европе или США, и потому есть организационные посредники, которые объединяют людей из корпоративного сектора с НКО, ищущими волонтеров. В то же время корпорации могут создавать альянсы для оперативной помощи, например после стихийных бедствий.

Несмотря на разногласия в оценках степени свободы благотворительных организаций в регионе, все больше стран поддерживают социальное предпринимательство — новую для Азии тенденцию в практике корпоративных социальных инвестиций. Предприятиям, которые инвестируют в улучшение социальных условий, зачастую проще зарегистрировать здесь свою деятельность и взаимодействовать с госорганами.

Правительства региона по-разному подходят к стимулированию корпоративной благотворительности. Так, самая высокая ставка налогового вычета действует в Сингапуре (250%), Тайване, Таиланде, Малайзии, Японии, Филиппинах, Шри-Ланке, Вьетнаме. Индонезия предлагает полный вычет, в то время как в Пакистане, Китае и Южной Корее можно сократить налог на прибыль только на 10–20% вложенных в благотворительность средств, в Мьянме вычеты и вовсе отсутствуют.

**Перемены в России**

В последние годы практика корпоративной благотворительности в России активно развивалась, компании совершенствовали инициативы, увеличивали взносы, развивали волонтерские программы для сотрудников. В небольшой степени эти реакция на пандемию, с одной стороны обострившую социальные проблемы, а с другой — усилившую соперничество и взаимопомощь. Как и в Азии, в России набирали обороты социальные предпринимательство. В 2020 году в законодательстве появились возможности уменьшить базу по налогу на прибыль на благотворительные взносы для отдельных категорий получателей.

В 2022 году многие российские компании, однако, сократили или приостановили программы в области устойчивого развития, включая благотворительность. Опрос компаний-лидеров, проведенный Группой компаний Б1, показал, что среди них таких около 20%. Среди тех же, для кого эти практики не были в приоритете, эта доля, вероятно, выше. Осложняет ситуацию и уход международных компаний — крупных благотворителей, и сокращение располагаемых доходов населения, снижающее приток частных взносов. При этом поддержка — и не только материальная — как никогда необходима людям, оказавшимся в трудной ситуации, в том числе мигрантам и беженцам.

Уровень же доверия к НКО в РФ, по данным исследования Edelman Trust Barometer, самый низкий. В феврале нынешнего года, по данным Edelman, в России им скорее доверяли только 28% опрошенных при среднем уровне в 59%. Это подтверждает и сентябрьский опрос Всероссийского центра изучения общественного мнения: по его данным, в той или иной степени благотворительным организациям доверяют 30% россиян. В результате перспективы благотворительности в России выглядят тревожно, и государству и корпорациям предстоит приложить серьезные усилия, чтобы некоммерческий сектор мог поддержать их в решении экологических и социальных проблем.

## Зрелый подход к социальным инвестициям

— рейтинг —

**С19** Программа адресной помощи социально уязвимым семьям детей с сахарным диабетом первого типа Альфа-банка «Альфа-Эндо» признана лучшей программой, способствующей реализации целей устойчивого развития ООН по обеспечению здоровья, здорового образа жизни и благополучия человека. Лучшей программой в сфере развития инклюзии стали проект «Все получат!» ПАО «Сбербанк» и проект онлайн-платформы для профессионального обучения и последующего трудоустройства специалистов с разными видами инвалидности ПАО «Вымпелком» (бренд «Билайн»). В 2022 году Счетная палата РФ стала партнером этой номинации. «Счетная палата традиционно уделяет значительное внимание вопросам инклюзивности и целям устойчивого развития», — сказала зампред Счетной палаты Галина Изотова. — Совместно с Евразийским женским форумом в этом году мы запустили проект «Аудит для целей инклюзивности», миссия которого использование потенциала гостпрограмм и проектов для развития инклюзивной и исключающей дискриминацию среды. Поэтому мы с нетерпением ждали конкурсные работы представителей социально ориентированного бизнеса.

Светлана Саркисова также отметила, что в конкурсе текущего года «нетрудно было заметить увеличение практик по развитию инклюзии». По ее словам, в 2018 году инклюзия была в том или ином виде в фокусе 60% компаний — участников проекта, а сейчас ее поддерживают 77%, хотя «признанные лидеры в этом направлении — международные компании — практически на принимали участия в проекте в этом году». Она сообщила, что второй год подряд популярна номинация по эволюционному развитию этого направления в России замедляет нерешенный вопрос об освобождении от НДС с продукции, которая идет на благотворительность. Начальник управления по корпоративному бренду X5 Group Галина Секиринская отмечает, что отмена НДС «действительно бы помогла многим компаниям заниматься фудшерингом системно и в больших объемах».

В номинации «Лучшая программа, способствующая профессионализации некоммерческого сектора» победителем стало ООО «Т2 Мобайл» (Tele2) — стратегический партнер фонда поддержки социальных инициатив в сфере детства «Навстречу переменам». Организаторы также отмечают и проекты медиа- и телекоммуникационного сектора, которые называют «примером применимости бизнес-технологий и бизнес-компетенций». «Телеком и IT-индустрия — это влияние на социальные изменения с помощью развития и внедрения цифровых технологий», — поясняет руководитель по устойчивому развитию ПАО «Вымпелком» Евгения Чистова — Это цифровизация экономики и социального сектора, повышение качества жизни людей».

**Валерия Мишина**



# лидеры корпоративной благотворительности

## Эффективная социальная удочка

В восьми российских промышленных городах стартовал первый этап проекта благотворительного фонда «Синара» «Лига управленцев» — форсайт-сессия «Современные социальные тренды и тенденции». Представители местных сообществ и НКО, став участниками проекта, смогут прокачать свои управленческие компетенции и овладеть навыками стратегического мышления. Впереди — образовательные онлайн-треки, на которых спикерами и экспертами выступят бизнес-тренеры Корпоративного университета ТМК2U. В финале состоится публичная защита социальных инициатив. Победители конкурса получат гранты для реализации лучших кейсов.



Устойчивое развитие любой территории не может происходить без участия местных сообществ: они знают ситуацию в регионе изнутри, понимают его потенциал, видят проблемы и ищут способы их решения. Фонд «Синара», который является одной из старейших российских благотворительных организаций, текущей осенью расширил географию проекта. К уже традиционным территориям, которые участвуют в «Лиге управленцев» несколько лет, к конкурсу присоединились Челябинск и Таганрог. Целью проекта является социальное развитие городов благодаря вовлечению в этот процесс активных горожан.

Фонд «Синара» создан в сентябре 2001 года. С 2007 года он единственный оператор благотворительной деятельности Трубной металлургической компании (ТМК) и входящих в ее состав предприятий. Сегодня при поддержке Волжского (ВТЗ), Свердловского (СТЗ) и Синарского трубных, Орского машиностроительного (ОМЗ), Первоуральского новотрубного (ПНТЗ), Таганрогского металлургического и Челябинского трубопрокатного заводов он реализует программы в сфере здравоохранения, образования, культуры и спорта, оказывая благотворительную помощь общественным и некоммерческим организациям.

### Найти и прокачать лидеров

В ТМК решили взглянуть на программы работы с гражданскими инициативами по-новому. Через тимбилдинг, обучение, менторство и экспертную поддержку фонд «Синара» в проекте «Лига управленцев» дает возможность гражданским активистам и командам социальных проектов прокачать свои идеи и компетенции.

Глобальнее же проект направлен на создание качественной общественной экосистемы в регионах, в которую оказываются вовлечены социально ответственный бизнес, НКО, местные сообщества и гражданские активисты. А работающая экосистема помогает достижение целей устойчивого развития и формирует привлекательный образ территории.

Каждый год новый сезон «Лиги управленцев» стартует в сентябре и заканчивается в мае следующего года. В 2019 году проект стартовал с одного города — Полевского (Свердловская область). Тогда на участие было подано более 100 заявок, в финал прошли 20 человек, а 10 победителей вошли в кадровый резерв Полевского городского округа. Полевчане стали участниками уникального образовательного онлайн-трека, специально разработанного бизнес-тренерами Корпоративного университета ТМК2U.

В сезоне-2021/22 проект прошел уже в пяти городах: Полевском, Орске (Оренбургская область), Волжском (Волгоградская область), Первоуральске и Каменске-Уральском



(Свердловская область). Впервые были выделены гранты для победителей в городах проведения проекта на реализацию их инициатив.

«Проект «Лига управленцев» объединяет функции ESG-повестки с актуальными запросами местных жителей. — поясняет директор по управлению персоналом ОМЗ, член правления БФ «Синара» Денис Чебурилин. — Разрабатывая проекты социальной направленности, горожане сами формируют комфортную жизнь вокруг себя». Директор по управлению персоналом ПНТЗ, член правления БФ «Синара» Наталья Бабылурава отметила, что проект «формирует у активных жителей стратегическое видение будущего их родного города и мотивирует на разработку и реализацию социальных инициатив, направленных на изменение жизни вокруг себя». «В итоге... проекты приносят большую пользу городу и местным жителям», — добавляет директор по управлению персоналом СТЗ, член правления БФ «Синара» Елена Пенетогова.

### Как это было в 2021 году

В прошлом году участники проекта изучили различные аспекты управленческой деятельности: от личной эффективности руководителя и умения работать в команде до фандрайзинга и основ GR-коммуникаций. Во

время форсайт-сессий они обсуждали тренды и векторы развития, влияющие на формирование социально-экономической повестки промышленного города. Совместно с кураторами участники составили карту тенденций ближайшего десятилетия для своих городов и представили свои проекты.

В Орске наивысшие оценки и грант от фонда «Синара» получил проект «Код города», направленный на повышение туристической привлекательности Орска. Его автор Константин Яшин предложил цифровизировать информацию о памятниках, уникальных сооружениях архитектуры, социально значимых объектах и пространствах, разместив там QR-коды. «Идея возникла из личного опыта», — рассказал он. — Я со своей семьей много путешествую, и во многих крупных городах на уникальных сооружениях культуры размещены QR-коды, с помощью которых можно очень быстро найти полезную и актуальную информацию. В Орске ничего подобного нет, а туристических объектов много». Сейчас его проект находится в финальной стадии реализации.

В Волжском победил экопроект Алексея Островского: он предложил охватить городские парки и скверы датчиками влажности почвы, чтобы экономить водные ресурсы в авто-

матизированных системах полива. «Эта идея мне пришла в студенческие годы», — говорит господин Островский. — Системы автоматического полива широко применяются при благоустройстве парков и скверов, однако все они работают по таймеру, не учитывая погодных условий, что может привести к перерасходу воды». Сейчас проект в стадии реализации, а его результаты коснутся «сотен и тысяч людей, которые будут отдыхать и пользоваться инфраструктурой парков», говорит директор по управлению персоналом ВТЗ Марк Кравченко.

Еще три проекта победителей прошлой «Лиги управленцев» уже реализованы. Это создание стальной мастерской для занятий с детьми и подростками Ивана Попова в Полевском и центра молодежной политики «Молодая администрация» (Каменск-Уральский) по привлечению молодых людей к решению задач городского сообщества и поддержке молодежных инициатив. В Первоуральске грант получил проект по созданию книжек-раскрасок, которые знакомят детей с родным городом через приключения волшебных существ — жителей города — Первиков. Автор проекта раскраски «Переполох в городе, или Невероятные приключения Первиков» Наталья Тетенькина рассказала, что

в основу истории положена познавательная притча, отражающая жизнь Первоуральска: «Дети в увлекательной форме знакомятся с его основными объектами — Парком новой культуры, Дворцом водных видов спорта, Музеем горнозаводской цивилизации, театром и другими». Автор проекта по созданию стальной мастерской Иван Попов посетовал, что «в современных школах все меньше уделяют внимание урокам труда»: «Мы провели опрос среди учеников и их родителей и выяснили, что большинство детей не знают о простых вещах — ремонте изделий, элементарном столярном мастерстве, которое раньше преподавалось на уроках труда... не понимаем, как можно что-то сделать собственными руками и еще заработать». Другой проект разрабатывался с администрацией Каменск-Уральского городского округа и призван помочь обогатить знания молодых людей о местном самоуправлении и формировании гражданской ответственности, выявлении резерва руководителей.

### Новый год — новые направления

С 2019 года проект «Лига управленцев» обучил более 300 гражданских активистов, руководителей и сотрудников НКО, представителей социальных и культурных институций. Более 50 авторов проектов получили рекомендации по развитию их социальных, культурных и экологических проектов от экспертов фонда «Синара» и мэров городов. Более 20 проектов получили организационную и материальную поддержку от предприятий ТМК. В 2022–2023 годах в городах присутствия пройдет конкурс по трем направлениям: «Развитие локальной идентичности», «Комфортная среда и благоустройство», «Профориентация». Увеличится и число проектов, которые поддержат на конкурсе — с одного до трех на каждой из восьми территорий проведения проекта.

«Еще одна отличительная особенность «Лиги управленцев» — это то, что в нем могут участвовать активисты разных возрастов — от 18 до 50 лет», — сказал куратор проекта, начальник отдела Дирекции региональных программ ТМК Артем Ланцев. — Наша задача — сделать более видимыми не только инициативы горожан для самих территорий, но и сформировать инструмент их тиражирования».

Юлия Тимофеева

## Наука о взаимодействии

— тенденции —

**Первый заместитель исполнительного директора «Форума доноров» ИРИНА ЕФРЕМОВА-ГАРТ — о трендах, уроках и перспективах поддержки бизнеса науки и образования, а также условиях для повышения качества управления соответствующими проектами.**

Сегодня бизнес прекрасно осознает, что поддержка образования и инвестиции в науку не только создают очевидную социальную ценность, но и являются залогом повышения конкурентоспособности компаний. На протяжении всей истории проекта «Лидеры корпоративной благотворительности» инвестиции в образование были и остаются приоритетом номер один в программных портфелях социально ответственного бизнеса.

Последние два года партнером «Форума доноров» в этой номинации является Министерство науки и высшего образования. Подать заявку для участия в данной номинации могут все компании, поддерживающие проекты, которые содействуют молодежи в получении образования, нацелены на ее вовлечение в научную и научно-техническую деятельность и способствуют развитию института наставничества.

Конкурс 2022 года выявил набор тенденций в соответствующей практике компаний. Первая из них — сопоставимость целей проектов поддержки образования и науки с бизнес-стратегиями компаний. Так, для компании «ЕвроХим» эти проекты «напрямую и непосредственно связаны с ключевыми бизнес-задачами компании на территориях присутствия: обеспечением кадрами, привлечением молодежи и воспроизводством инженерных профессий». Инвестиции в такие программы — решение кадрового вопроса не только для компании, но и для всей отрасли.

Второй тренд состоит в том, что компании освоили обширный набор форм поддержки образования и науки: от переоборудования школьных кабинетов и ремонта зданий до проведения грантовых конкурсов, самостоятельной разработки образовательных программ силами ведущих сотрудников предприятий и организации инженерных летних научных школ. Например, проект ПАО «ТМК „Норильский никель“» помогает формировать систему вовлечения школьников в процесс исследования и изобретательства, делая это при помощи инженерных марафонов и научных батлов. Характерно, что помимо узкоспециальной экспертизы компании выстраивают образовательные программы с учетом развития современных цифровых

технологий и максимально привлекательных для школьников форм подачи информации. Так, ПАО «МегаФон» и Фонд развития общественных технологий разработали специальное мобильное приложение SkillCity, позволившее тысячам школьников познакомиться с миром современных профессий, поместив их в виртуальный город с офисами компаний, где они узнают о востребованных специальностях.

Третий тренд: подавляющее большинство проектов поддержки образования и науки реализуются бизнесом в партнерстве с органами власти, что позволяет сфокусировать эти инвестиции с целями нацпроектов. Например, проект детского технопарка «Кванториум» в Кингисеппе реализуется в рамках соглашения о сотрудничестве между правительством Ленинградской области, Фондом Андрея Мельниченко и АО «Минерально-химическая компания „ЕвроХим“». Занятия для школьников организованы по восьми направлениям: «Биоквантум», «Наноквантум», «Промробоквантум», «IT-квантум», «Космоквантум» и «Хайтек». На занятиях ребята разрабатывают свои проекты, а авторы лучших могут посетить производство «Фосфорит».

Еще одним трендом стал рост вовлеченности в соответствующий проект сотрудников компаний. В роли корпоративных волонтеров сотрудники делятся своей экспертизой в инновационных научно-технологических областях, становясь ролевыми моделями для молодежи, повышая их мотивацию к изучению точных наук и выбору востребованных профессий.

Однако несмотря на то что доноры поддерживают сферу образования и науки, уровень эффективности проектов имеет серьезный задел для роста. Происходит это по нескольким причинам. Первая — дефицит диалога между донорами и получателями помощи, в результате чего дизайн программ не всегда учитывает интересы благополучателей, что снижает отдачу от инвестиций. «Если донор очарован эмоциональным интеллектом, он почему-то полагает, что эта программа должна быть для всех школьников любых школ. Но это неправда. И было бы правильно, если бы донор слышал позицию школы», — полагает Дмитрий Фишбеин, директор Лицея НИУ ВШЭ. Вторая причина — недостаток знаний и навыков, необходимых для успешного тиражирования и грамотной проработки стратегии устойчивости таких проектов на фоне растущего запроса на воспроизводимость апробированных технологий. Третья: обеспечение устойчивости напрямую свя-

зано с вовлечением софинансирующих сторон, включая коллег по сектору. Появляющиеся примеры партнерств, когда несколько компаний вместе берутся за решение определенной проблемы, как правило, ограничиваются сферой поддержки социальной активности в регионах присутствия или развитием добровольчества и не включают проекты по поддержке науки и образования. Наконец, четвертая причина заключается в том, что донорам не всегда хватает понимания того, как сегодня функционируют наука и образование. «Донорам необходимо выстраивать взаимодействие как с учеными, так и с образовательными институтами. Им надо понимать, как развивается эта сфера. Именно доноры могли бы выполнять связующую функцию между обществом и экспертным научным мнением», — говорит Алексей Семихатов, популяризатор науки, доктор физико-математических наук, заведующий лабораторией Физического института им. П. Н. Лебедева Российской академии наук.

В апреле текущего года стартовало Десятилетие науки и технологий с целью усиления их роли в решении важнейших задач развития страны. Именно здесь опыт компаний, их интерес к этой сфере и готовность инвестировать в нее могут сыграть важную роль, органично дополнив усилия государства. Для координации усилий компаний «Форум доноров» инициировал новый проект «Формула сохранения научного и образовательного потенциала». Он будет направлен на стимулирование донорских организаций активнее и эффективнее поддерживать проекты в сфере науки и образования.

Достижение цели проекта будет осуществляться через выстраивание диалога между научно-образовательным сообществом и донорами, повышение взаимной осведомленности о текущих потребностях и механизмах взаимодействия, создание условий для повышения качества управления проектами. Одним из основных инструментов будет серия встреч представителей донорского и научно-образовательного сообществ, которые позволят повысить информированность первых о современных тенденциях в области фундаментальной и прикладной науки и образования, а вторых — о технологиях грамотного взаимодействия с бизнесом. В долгосрочной перспективе эти усилия будут способствовать переходу от единичных проектов филантропической поддержки к системному взаимодействию ученых и филантропов и увеличению доли частного финансирования проектов в сфере науки и образования.

## Счетная инклюзия

— исследование —

**Директор Центра социологических и интернет-исследований Санкт-Петербургского государственного университета (СПбГУ) МАЙЯ РУСАКОВА — о совместном проекте «Форума доноров», СПбГУ, НИУ ВШЭ и компании «ИТИ Россия» и необходимости применения аналитического подхода к оценке потребностей благополучателей в отсутствие объективных данных и возрастающей неопределенности.**

Глобальные вызовы последних лет заметно влияют на повседневную жизнь множества людей, приводят к трансформации деловых и общественных связей, необходимости переустройства модели работы всех субъектов системы оказания помощи уязвимым социальным группам. Происходящее увеличивает число запросов со стороны благополучателей и создает новые группы людей, которым нужна поддержка. В таких условиях особенно значимыми становятся развитие межсекторного взаимодействия, принятие обоснованных решений, реализация практик с доказанной эффективностью, которые должны опираться на системный подход, объективное знание и результаты исследований.

Развитие такого межсекторного социального партнерства с участием представителей органов исполнительной власти, бизнеса и НКО — важный механизм интеграции ресурсов и повышения уровня согласованности действий, а значит, достижения результата. Отсутствие обоснованно описанных потребностей уязвимых групп существенно снижает эффективность совместной работы. Аналитический, исследовательский подход к оценке ситуации применяется довольно редко, однако именно он наиболее эффективен. Восполнение недостатка информации и развитие обоснованного подхода — одна из ключевых задач и весомый вклад научно-исследовательского сообщества в решение социальных проблем.

Постепенно компаний, которые системно занимаются реализацией благотворительных проектов, становится больше. Среди социально ответственных организаций, которые не только реализуют благотворительные программы, но и стремятся принимать обоснованные решения с опорой на объективные данные, — компания «ИТИ Россия». Директор по корпоративным отношениям и коммуникациям «ИТИ Россия» Сергей Глушков рассказал, что

«ИТИ Россия» рассматривает инклюзивные практики как элемент устойчивого развития общества в целом и бизнеса в частности. Для достижения значимых результатов в построении инклюзивного общества важно опираться на доказательные практики и фактические данные. Чем больше информации о потребностях социально уязвимых групп и об эффекте реализуемых инициатив поддержки — как в широком срезе, так и в специализированных областях — мы будем собирать, тем более качественные и рациональные решения будут приниматься в секторе.

Примером использования аналитического подхода является масштабный совместный проект, реализованный Ассоциацией грантодающих организаций «Форум доноров», Санкт-Петербургским государственным университетом и Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» по инициативе компании «ИТИ Россия». Исследование было проведено с использованием качественной методологии — анализа источников, экспертных интервью и фокус-групп с участием государственного, некоммерческого и коммерческого секторов, а также благополучателей.

Результатами исследования «Потребности уязвимых социальных групп и доступности среды в Санкт-Петербурге, Ленинградской и Липецкой областях» стали подробная карта потребностей 13 уязвимых групп, оценка степени их удовлетворения и рекомендации госорганам, коммерческим и некоммерческим организациям по поддержке каждой из групп. Проектом был разработан и апробирован инструмент, который позволяет с опорой на аналитический подход оперативно получать обоснованную информацию о потребностях и основных характеристиках уязвимых групп в отсутствие полноты данных. Результаты отчета предназначены для широкого круга людей, работающих в области планирования и реализации программ помощи в государственной системе, в социально ответственном бизнесе и в некоммерческих организациях. Участники проекта планируют организовать серию мероприятий по обсуждению результатов исследования по каждой уязвимой социальной группе с экспертным сообществом, которые позволят предоставить доступ к результатам широкому кругу заинтересованных сторон и повысить качество межсекторного партнерства, направленного на повышение качества жизни населения.



# лидеры корпоративной благотворительности

## Творчество как фактор благополучия

Директор по спецпроектам ассоциации «Форум доноров» **Екатерина Светличная** — о важности развитой культурной среды и возможностей для творческой реализации, особенно в малых и отдаленных городах России, и о том, как меняется подход компаний к инвестициям в такие проекты.

— тенденции —

### Культура в числе приоритетов

Поддержка проектов в области культуры остается в приоритетах стратегий социальной ответственности компаний, приверженных развитию регионов присутствия. Это демонстрирует четкое понимание бизнесом того, что культурно обогащенная среда, предоставляющая возможности для творческой самореализации и развития граждан, повышает уровень счастья, содействует стабильности и благополучию. Компании, участвовавшие в конкурсе «Лидеры корпоративной благотворительности» в номинации «Лучшая программа (проект), направленная на поддержку культуры и искусства», назвали поддержку культуры неотъемлемой частью своих стратегий.

Включая поддержку культуры в собственные стратегии, компании декларируют следование лучшим международным стандартам и глобальным целям устойчивого развития, принятым ООН. Их проекты направлены на создание устойчивых городов и населенных пунктов и повышение благополучия граждан, проживающих в них. Также компании заявляют о стремлении внести вклад в реализацию «Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года», соотнося свою деятельность с деятельностью государства, работая на повышение интеллектуального и культурного уровня общества, преодоление его атомизации и развитие социальных связей.

По понятным причинам основной объем деятельности компаний по поддержке культуры сосредоточен в регионах. Их программы направлены на преодоление региональных диспропорций в развитии культуры, неравенства регионов в обеспеченности объектами культуры и доступности культурных благ для населения. Ограниченность культурной инфраструктуры в малых и отдаленных городах России лимитирует возможности культурного досуга. При этом они составляют 86% всех городов России, и работа в них имеет глобальное значение для страны в целом.

### Привозим лучшее, развиваем локальное

Проекты по поддержке культуры содержатся в двух основных направлениях: обеспечение жителей малых отдаленных городов доступом к лучшим образцам традиционной и современной культуры и искусства (выездные выставки крупных федеральных музеев, гастроли столичных театров, крупные мероприятия разных отраслей искусства с привлечением хедлайнеров) и поддержка локальных культурных институций, продвижение локального культурного кода на федеральный уровень, стимулирование создания новых современных локальных культурных проектов. Оба направления чрезвычайно важны, однако следует отметить тенденцию к увеличению объема инвестиций именно в развитие ло-



кальной культурной среды. Компании говорят о важности совместной созидательной деятельности жителей городов, о задаче воспитания чувства принадлежности, так как именно оно является основой позитивных изменений в городах.

Россия — страна редкого культурного разнообразия и самобытных традиций. Продвижение уникальных локальных творческих проектов на федеральный, а иногда и на международный уровень также является точкой приложения сил компаний. Во многом благодаря их усилиям в России возникли заметные региональные культурные события (фестивали, праздники, книжные ярмарки), получившие федеральный уровень известности, небольшие театры стали полу-

чать престижные всероссийские и международные премии, отдельные города и регионы стали модными и начали привлекать большие потоки внутреннего и событийного туризма.

### От PR-эффективности к системной работе

Позитивным трендом в деятельности компаний по поддержке культуры можно назвать возникновение новых системных проектов и/или системное развитие успешных инициатив. Все больше компаний намерены играть в долгую, переходя от поддержки ярких однодневных мероприятий, дающих множество позитивных публикаций и коротко влияющих на их имидж, к кропотливой си-

стемной работе. Перед запуском проектов проводятся исследования среды и потребностей целевых аудиторий, привлекаются эксперты, расширяется палитра проектных механизмов. Изменение культурной среды — процесс не самый быстрый, и, похоже, бизнес, вовлеченный в эту деятельность, начал это хорошо осознавать. Инициативы становятся многолетними, проводятся оценки промежуточных результатов, по итогам которых они корректируются, внимательно отслеживается обратная связь от конечных благополучателей.

### Просвещенное меценатство

Несмотря на то что отдельные компании занимаются поддержкой культуры уже несколько десятилетий, потребность в обмене опытом, изучении лучших практик очень важна. На интеллектуальном пикнике в доме творчества «Переделкино», организованном «Форумом доноров» прошлым летом, в числе прочих тем обсуждался феномен «просвещенного меценатства», экспертно понимание филантропии сути своей деятельности. В продолжение дискуссии был разработан проект «Форум меценатов будущего», получивший грантовую поддержку Президентского фонда культурных инициатив. В рамках проекта запланированы: работа Клуба меценатов, где с представителями донорского сообщества будут встречаться ведущие деятели и эксперты культуры из Москвы и регионов, серия встреч по обмену опытом меценатской деятельности, подкаст о роли частных филантропов в развитии культуры дореволюционной и современной России и преемственности традиций, анализ действующего российского законодательства на предмет регулирования меценатской деятельности с целью его усовершенствования для стимулирования увеличения притока частных средств в поддержку культуры в России.

## Грантовые конкурсы требуют эффективности

— инструменты —

Современный грантовый конкурс был и останется в ближайшие годы активным инструментом корпоративной благотворительности, социальной ответственности компаний и устойчивого развития, включая их ESG-элементы. Компании самой разной отраслевой принадлежности и размера используют этот инструмент во все возрастающих масштабах: увеличивается число проводящих конкурсы компаний, растет объем и доля средств, направляемых в виде грантов в адрес целевых групп и местных сообществ.

Расширяется и разнообразие конструкций и дизайнов грантовой деятельности и самих конкурсов. Компании либо проводят все самостоятельно, либо привлекают фонды и организации, обладающие хорошим грантооператорским опытом, либо вступают в партнерские отношения с частными фондами своих финансовых групп для проведения конкурсов на территориях присутствия бизнеса. Применяются как упрощенные форматы запроса средств заявителями — по сути, конкурсы проектных идей, так и более

распространенные подходы — когда на конкурс требуется представить детально разработанный проект с подробным календарным планом и постатейным бюджетом. В сочетании с различными формами обучения и консультирования заявителей используется и гибридный формат двухэтапного конкурсного процесса: сначала конкурс идей, а затем подготовленных на их основе проектов.

Кроме традиционных получателей средств — государственных и муниципальных учреждений — все чаще поддержка предоставляется некоммерческим организациям, социальным предпринимателям, малому бизнесу, инициативным группам граждан. При этом даже в рамках одного конкурса можно наблюдать интересный тренд: в регионах, где среди организаций, выигравших гранты, число НКО становится больше числа бюджетных учреждений, кратко выше объемы проведенных мероприятий, вовлеченных граждан и публикаций о ходе и результатах проектов.

Наиболее опытные организаторы конкурсов оценивают не только результаты отдельных проектов, но и конкурсов в целом. И в том, и в другом случаях большое поле для ро-

ровных исследований, интенсивного обмена опытом как между грантополучателями, так и между грантодателями. Нам предстоит научиться использовать и большие массивы накопленных данных о результатах проектов, их стоимости и составе затрат, чтобы определять наиболее действенные технологии решения тех или иных проблем в социальной сфере, экологии, культуре, состоянии общества. Здесь требуются совместные усилия представляющих гранты доноров и их объединений. Перспективным видится клубный формат работы, создание альянсов по интересам.

В организации грантовой деятельности вместе с тем немало примеров слабых, непродуманных конкурсных механизмов, вызывающих большие вопросы у общественности. У некоторых грантовых конкурсов непрозрачен выбор победителей, нет обучения и консультирования заявителей, хромает предоставление обратной связи и разбор ошибок заявок, не получивших поддержки, непубличен состав коллегиальных органов, подводящих итоги конкурсов, отсутствует детальная информация как о поданных на конкурсы заявках, так и о получивших поддержку проектах.

Несмотря на различия, в конструкциях конкурсов проявляется все больше сходных черт и элементов, способствующих достижению успеха. Можно говорить, что постепенно формируются стандарты проведения лучших конкурсов при всем их многообразии.

Пять лет существует номинация «Лучший грантовый конкурс» в проекте «Лидеры корпоративной благотворительности», и в текущем году в ней самое большое за все это время число участников. Пять компаний пришли в номинацию впервые, заявив либо новые конкурсы, либо конкурсы с долгой историей проведения. Молодых конкурсов, которые проводятся один-три года, заявлено шесть. Сохранение высокого интереса к номинации — свидетельство приверженности компаний своим стратегиям устойчивого развития и корпоративной благотворительности. Несмотря на очевидное усложнение контекста работы, инструмент грантовых конкурсов видится перспективным, публичным и эффективным. За пять лет в поле зрения номинации попал 31 грантовый конкурс ответственного бизнеса (без учета повторно участвовавших). Их ежегодный бюджет составляет более 1,1 млрд руб.

Все победители номинации в течение последних лет постоянно совершенствуют и модифицируют свою грантовую деятельность: переводят конкурсы на цифровые платформы (от подачи заявок, проведения экспертизы, заключения договоров до сопровождения грантополучателей, приема отчетности и оценки результатов), развивают экспертные и победителей, обучая и консультируя их, добавляя элементы акселерации команд и проектов, формирования сообществ, предоставляя заявителям результаты исследований социальных проблем для более точного конструирования подаваемых на конкурсы проектов. Все это позволяет поддерживать широкий круг инициатив и организаций, позитивно влиять на жизнь людей, повышать качество жизни и способствовать самореализации граждан. Новые молодые конкурсы следуют примеру лидеров, ориентируясь на задаваемые ими и сформированные на федеральном уровне при оказании государственной поддержки НКО стандарты работы.

**Игорь Соболев, Президентский фонд культурных инициатив, Фонд президентских грантов**

### Победители конкурса корпоративных социальных программ проекта «Лидеры корпоративной благотворительности» в 2022 году

Номинация	Партнер номинации	Место	Компания	Проект
«Лучшая программа (проект), способствующая профессионализации некоммерческого сектора»	Минэкономразвития	1	ООО «Т2 Мобайл» (оператор мобильной связи Tele2)	Стратегическое партнерство с фондом поддержки социальных инициатив в сфере детства «Навстречу переменам»
		2	Компания «Металлоинвест»	Программа «НКО-СОКРАТ» в партнерстве с БФ «Искусство, наука и спорт»
		3	ОК «Русал»	Программа поддержки зоозащитных некоммерческих организаций
«Лучшая программа (проект) в сфере молодежной политики Российской Федерации»	Минобрнауки	1	АО «Синарский трубный завод»	Программа «Молодежь» АО СинТЗ
		2	ПАО «ГМК «Норильский никель»»	LIGA IMAKE
		3	АО «Минерально-химическая компания «Еврохим»»	Платформа молодежных проектов «Народное ESG»
		3	АО «Сибирская угольная энергетическая компания» (АО СУЭК)	Трудовые отряды СУЭК
		Специальный диплом «За креативный и инновационный подход»	ПАО «МегаФон»	Федеральный социальный проект по профориентации и киберсоциализации «Справочно-игровой сервис SkillCity-2022»
«Лучшая программа (проект) в сфере развития инклюзии»	Счетная палата Российской Федерации	1	АО «Газпром-Медиа Холдинг»	Образовательно-практический проект АО «Газпром-Медиа Холдинг» «PROФнавигагор»
		1	ПАО «Сбербанк»	Проект «Все получится!»
		2	ПАО «ВымпелКом» (бренд билайн)	Онлайн-платформа для профессионального обучения и последующего трудоустройства специалистов с разными видами инвалидности
«Лучшая корпоративная программа социальных инвестиций в территориях в контексте устойчивого развития и стратегии бизнеса»	РСПП	1	ООО «Индекс.Такси»	«Поездки для НКО»
		1	ПАО «МегаФон»	«Включайся и будь успешен!»
		2	«Газпром нефть»	Программа социальных инвестиций «Родные города»
		2	СИБУР	Программа социальных инвестиций «Формула хороших дел»
		3	«Ростелеком»	«Цифровой регион»
«Лучшая программа, способствующая устойчивому развитию с помощью грантовых конкурсов (лучший грантовый конкурс)»	ОК «Русал»	3	Русская медная компания	Программа «Устойчивое развитие территорий социальной ответственности»
		Специальный диплом «За эффективный старт программы»	Группа ГАЗ	«Новый Карабах»
		1	Государственная корпорация по атомной энергии «Росатом» (Госкорпорация «Росатом»)	«Новый социальный вектор»
		2	Открытое акционерное общество «Российские железные дороги» (ОАО «РЖД»)	Женское сообщество «Росатома» (фонд поддержки и развития женских инициатив «Объединение женщин атомной отрасли»)
		3	Самарский металлургический завод (АО «Арконик СМЗ»)»	Проект «Как быть успешной и счастливой» (план мероприятий по совершенствованию условий труда, отдыха и социальной поддержки женщин в ОАО РЖД)
«Лучшая программа, способствующая реализации ЦУР ООН по обеспечению здоровья, здорового образа жизни и благополучия человека в интересах устойчивого развития»	Фонд президентских грантов	1	ПАО «Северсталь»	Качественное исследование среди старшеклассниц и студентов первых-третьих курсов профильных вузов «Гендерные барьеры при выборе STEM-профессии: есть ли проблема?»
		2	«Газпром нефть»	Грантовый конкурс благотворительного фонда «Дорога к дому» компании «Северсталь»
		3	Трубная металлургическая компания (ТМК)	Грантовый конкурс «Родные города»
		3	ЕВРАЗ	Грантовый конкурс БФ «Синара»
		Специальный диплом «Перспективный дебют»	Висад	Грантовый конкурс «ЕВРАЗ: город друзей — город идей!»
«Лучшая программа, способствующая реализации ЦУР ООН по обеспечению здоровья, здорового образа жизни и благополучия человека в интересах устойчивого развития»	ООН в России	1	УК ЭЛСИ	«Наука добра» — грантовый конкурс Visad для поддержки социально значимых проектов некоммерческих организаций
		2	АО «Альфа-банк»	Грантовый конкурс «Регион возможностей»
		2	ГК «Протек»	Программа «Альфа-Эндо»: адресная помощь социально уязвимым семьям детей с сахарным диабетом первого типа
		2	X5 Group	Проект «Лекарственная помощь медицинским и социальным учреждениям в период пандемии COVID-19» в рамках программы «Здоровье — людям»
		3	АО «Апатит»	«Корзина доброты»
«Лучшая программа (проект) в сфере экоресурса»	Международный форум «Экология»	1	Банк ВТБ (ПАО)	Информационно-профилактическое пространство «Лаборатория безопасности»
		2	Банк ВТБ (ПАО)	Детское страхование от критических заболеваний
		3	ПАО «Сбербанк»	Проект «Подари лес другу!»
		3	«Оптиком»	«Зеленый Марафон»
		3	ПАО МТС	Программа проектов «Циклические сервисы»
«Лучшая программа (проект), направленная на поддержку культуры и искусства»	Номинация «Форума доноров» в коллаборации с проектом «Форум меценатов будущего»	1	АО «Объединенная металлургическая компания» (АО ОМК)	«Будь-ЭКО» (#BUD'ECO) с МТС
		2	ПАО «Северсталь»	Развитие экологического волонтерского движения в городах присутствия ОМК
		3	Заотодобычающая компания «Полос»	Благотворительная программа «Музеи Русского Севера»
		3	Компания «Металлоинвест»	Конкурс региональных театральных коллективов «Полос. Золотой сезон» и его финал в рамках регионального представления международного фестиваля «Территория»
		3	Компания «Металлоинвест»	Культурная платформа «Арт-окно» в партнерстве с БФ «Искусство, наука и спорт»

Источник: «Форум доноров».