

Номер договора о предоставлении гранта: №: **19-1-018031**

*«Особенности развития филантропии в современной России: Приоритеты, тренды, модели. Исследование, распространение лучших практик, рекомендации по развитию сектора».*

## **Аналитический отчет**

ПРОЕКТ

*РАБОЧАЯ ВЕРСИЯ ОТ 10.12.2019  
ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ И ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ*



## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Введение
2. Методика
3. Выводы и рекомендации
  - 3.1 *Выводы*
  - 3.2 *Рекомендации*
4. Особенности развития филантропии в современной России
  - 4.1 Общие условия, влияющие на развитие филантропического сектора в России
5. Масштабы и оценка роли филантропического сектора
6. Приоритеты благотворительной деятельности в России
7. Основные драйверы и препятствия для развития благотворительности в России
8. Роль бизнеса в развитии филантропии
  - 8.1 Оценка объемов благотворительных и социальных расходов бизнеса в России
  - 8.2 Соотношение внешних социальных инвестиций и корпоративных социальных расходов
9. Благотворительность и внешние социальные инвестиции крупных компаний нефтегазового, металлургического секторов и сектора горной добычи
  - 9.1 Общая характеристика
  - 9.2 Кейсы: примеры социальных программ разной направленности добывающих и металлургических компаний
    - 9.2.1 Комплексная программа развития территорий присутствия
    - 9.2.2 Инвестиции в развитие образования
    - 9.2.3 Программы поддержки предпринимательской активности в регионах и социального предпринимательства
    - 9.2.4 Детские и подростковые программы, нацеленные на решение острых социальных проблем и развитие подрастающего поколения
10. Внешние социальные инвестиции банков и телекоммуникационных компаний
  - 10.1 Общая характеристика
  - 10.2 Кейсы: примеры социальных программ разной направленности крупнейших банков и компаний телекоммуникационной отрасли
    - 10.2.1 *Программы для детей с использованием возможностей интернета*

- 10.2.2 Программы поддержки культуры и искусства
- 10.2.3 Проекты, направленные на развитие физической культуры, массового и детского спорта
- 10.2.4 Программы для детей-сирот; детей и взрослых с ограниченными возможностями здоровья

11. Международные и зарубежные благотворительные проекты российских компаний

## ВВЕДЕНИЕ

Первые благотворительные организации после распада СССР стали появляться в России в середине 1990-х гг. С этого момента началось становление и развитие полноценной системы благотворительных и некоммерческих организаций, костяк которой сложился и окреп в период устойчивого роста экономики и благосостояния населения в 2000-е годы. За прошедшие десятилетия благотворительность в России сделала впечатляющий рывок как по масштабу, так и в качественном отношении. Сегодня в нашей стране присутствуют разнообразные виды и формы благотворительных и некоммерческих организаций. Их общее количество исчисляется, по имеющимся оценкам, сотнями тысяч. Совокупный объем мобилизуемых на благотворительность и социальные программы бизнеса средств составляет порядка 0,5% ВВП страны<sup>1</sup>, что находится на одном уровне или превышает аналогичные показатели крупных стран с развивающейся экономикой, в том числе стран БРИКС<sup>2</sup>.

В благотворительную деятельность наряду с институциональными донорами вовлечены практически все крупные корпорации, в ней активно и на систематической основе участвует большинство владельцев капиталов и состоятельных граждан, а разовые благотворительные пожертвования осуществляет весомая доля населения страны. Крупнейшие независимые благотворительные фонды становятся заметными субъектами социальной среды и информационного пространства. Российский бизнес, наряду с крупнейшими благотворительными фондами, принимает на себя такую важную функцию, как разработка и апробирование новых социальных технологий, их отладка и передача государству для тиражирования.

Благодаря деятельности инфраструктурных благотворительных организаций, таких, как Форум доноров, КАФ, Агентство социальной информации, информационных порталов, исследовательских центров при университетах и фондах собираются данные и регулярно публикуются разнообразные исследования лучших практик в сфере благотворительности, в том числе по программам, реализуемым бизнесом (в частности, в рамках проекта «Лидеры корпоративной благотворительности»<sup>3</sup>). Большинство крупных благотворительных фондов и заинтересованных компаний регулярно публикует отчеты о своей деятельности. Тем не менее, в России по-прежнему существует дефицит проверенной систематической информации на эту тему. В это ситуации представители некоммерческого сектора, государства, экспертное сообщество не имеют возможности качественно и количественно оценить ситуацию и применить эти знания к своей деятельности. В профессиональной среде нет согласованного мнения о том, каков вклад

---

<sup>1</sup> Исследование «Российский филантроп», МШУ «Сколково», 2018 г.

<sup>2</sup> Развитие филантропии в странах БРИКС. Центр исследования филантропии и социальных программ бизнеса ИНЭУ УрФУ, 2019

<sup>3</sup> Отчет «Все о лидерах корпоративной благотворительности, Форум доноров, PWC, «Ведомости», 2018

филантропического сектора в развитие социальной сферы, насколько важен вклад в филантропию компаний, а также - какие условия для развития филантропии следует развивать и почему. Эта ситуация негативно влияет на развитие социальной среды и качество жизни в современной России.

Центр исследований филантропии и социальных программ бизнеса ИНЭУ УрФУ в 2019 году начал серию исследований, нацеленных на создание проверенной и актуальной информационно-аналитической базы данных о филантропии в России и других странах. Первым шагом стало исследование «Развитие филантропии в странах БРИКС», в рамках которого была впервые проведена сравнительная характеристика объемов благотворительных пожертвований, приоритетов и условий развития благотворительности в России и странах БРИКС.

Настоящее исследование «Особенности развития филантропии в современной России» использует и детализирует данные международного исследования по странам БРИКС (прежде всего – раздела, посвященного России) и при этом уделяет особое внимание оценке вклада бизнеса в развитие филантропического сектора в нашей стране – наименее изученному аспекту в современной российской филантропии.

Действительно, в ходе экспертных обсуждений нередко утверждается, что в России именно роль бизнеса (а не только благотворительных фондов и НКО) очень важна для развития филантропического сектора – как с точки зрения объемов благотворительных и социальных программ бизнеса, так и с точки зрения используемых деловых практик. Тем не менее, из-за отсутствия обязательной корпоративной социальной отчетности и общепринятых стандартов представления данных, информации для проведения детального анализа этих вопросов совершенно недостаточно. Имеющиеся данные отрывочны, они не позволяют точно определить общий объем благотворительных расходов бизнеса, оценить масштабы расходования средств на различные направления, а также определить преимущественные форматы и приоритеты деятельности. Между тем, данная информация необходима для повышения прозрачности сектора, оценки и прогнозирования трендов в секторе корпоративной благотворительности, в целом – улучшения условий развития сектора.

По мнению респондентов, участвовавших в исследовании, значимость корпоративного сегмента филантропии определяется, наряду с деньгами, применяемым подходом к организации программ. Среди черт, свойственных корпоративным благотворительным программам, респонденты отмечали: стратегичность и систематичность благотворительной деятельности, нацеленность благотворительных программ на измеримый социальный результат и устойчивость социальных эффектов, накопление позитивного опыта участия в решении социальных проблем на местах и его распространение на другие территории своего присутствия, поддержку волонтерства. Крупные корпорации все в большей мере структурируют свою благотворительную деятельность в соответствии с системой целей

устойчивого развития ООН. За исключением особых случаев вроде помощи при стихийных бедствиях социальные инвестиции корпораций направлены не на «латание дыр», а на проблемы, решение которых повышает экономический и социальный потенциал страны и ее регионов.

Перечисленные факторы обуславливают актуальность настоящего исследования, ставящего основной **целью** выделить и проанализировать особенности развития филантропии в современной России, оценить объемы, отметить наиболее существенные приоритеты и тренды, уделяя особое внимание оценке вклада бизнеса, и на основании полученных данных сформулировать рекомендации по развитию сектора.

Для достижения поставленной цели необходимо было решить **следующие задачи**:

- оценить основные параметры филантропического сектора в России: совокупный объем программ, источники финансирования, приоритеты деятельности;
- оценить расходы российского бизнеса на благотворительность, а именно оценить долю расходов благотворительного характера в общем объеме расходов бизнеса в рамках программ КСО, включающих как социальные программы для сотрудников компаний, так и расходы социального характера, направленные вовне компаний;
- выявить отраслевую специфику расходов на благотворительность как в отношении масштабов расходов, так и в отношении направлений благотворительных программ;
- выявить особенности отражения расходов на социальные цели в публикуемой компаниями отчетности, обозначить проблемы в этой сфере и сформулировать рекомендации по их решению;
- обобщить мнения руководителей корпоративных и независимых благотворительных фондов и программ о проблемах и явлениях, препятствующих развитию благотворительности в России в целом и, в частности, корпоративной благотворительности.

## МЕТОДИКА

Для проведения исследования использовались качественные и количественные методы. В ходе проведения экспертных интервью производилось уточнение данных, которые были получены в ходе исследования открытых источников с целью повышения валидности финальных результатов (метод триангуляции).

В рамках исследования были использованы следующие методы:

1. Поиск и анализ имеющихся в открытом доступе экспертных и аналитических обзоров, тематических публикаций в специализированных СМИ, прямо или косвенно касающихся предмета исследования. Так, для целей настоящего исследования мы изучили широкий круг источников аналитической информации, среди которых стоит особенно отметить исследование «Российский филантроп» Центра исследований благосостояния и филантропии МШУ «Сколково» (2018 г.), исследование «Развитие филантропии в странах БРИКС» нашего Центра исследования филантропии и социальных программ бизнеса ИНЭУ УрФУ (2019 г.) и отчет «Все о лидерах корпоративной благотворительности» - совместный проект Форума доноров, РВС и газеты «Ведомости» (2018 г.). В общей сложности изученные источники охватывают информацию не менее чем о 100 крупнейших благотворительных фондах, 35 фондах местных сообществ, 25 фондах целевых капиталов и около 60 компаний – участников конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности».

2. Анализ имеющихся в открытом доступе данных по каждой из включенных в выборку 100 крупнейших компаний, включая годовые и социальные отчеты компаний, корпоративные интернет-сайты и иные открытые источники. С использованием этих источников были собраны данные, в частности, по общему объему социальных расходов, приоритетам расходования средств из социальных и благотворительных бюджетов, проанализирована региональная специфика проектов. В частности, для исследования были использованы данные, приведенные в официальной отчетности крупнейших российских компаний, вошедших в рейтинг РБК-500 за 2018 год<sup>4</sup>, а также данные из других заслуживающих доверия источников, таких как Аналитический центр «Эксперт»<sup>5</sup>, Спарк-Интерфакс и другие. Основное внимание уделено выборке из 100 крупнейших компаний России по объему выручки за 2018 год, представленных в рейтинге РБК-500. На долю этой группы компаний приходится 80% общей выручки компаний рейтинга и подавляющая доля расходов на благотворительность. Выборка для анализа топ-100 компаний рейтинга обусловлена еще и тем, что информацию по социальным расходам многих (хотя далеко не всех) компаний этой группы можно найти в публикуемой компаниями отчетности или в других источниках. По компаниям за пределами этой группы необходимую информацию найти удастся лишь в отдельных случаях.

---

<sup>4</sup>Рейтинг крупнейших по выручке компаний РБК-500, 2018

<sup>5</sup> Эксперт-400. Рейтинг крупнейших компаний России, 2017-2018



3. Серия структурированных, а также экспресс-интервью с руководителями крупнейших корпоративных фондов и (или) благотворительных программ бизнеса с целью выяснения их мнения о драйверах и барьерах развития филантропии, подходов к целеполаганию и оценке результатов проектов. Всего было проведено 16 интервью, в том числе 7 (в случае согласия респондента) с ведением аудиозаписи и последующей расшифровкой. Для интервью были отобраны респонденты с многолетним успешным опытом деятельности в сфере филантропии или КСО, обладающие высокой профессиональной репутацией. Все опрошенные респонденты представляют компании и фонды, реализующие долгосрочные стратегические благотворительные и (или) социальные программы, нацеленные на системные изменения в социальной среде и обществе. Итоги интервью, сопоставленные с выводами аналитических отчетов, были использованы для оценки препятствий и драйверов развития благотворительности и корпоративных благотворительных программ в России.

География исследования охватывает Российскую Федерацию.

Перечень информационных источников и перечень респондентов (за исключением тех респондентов, кто не дал своего согласия на использование их имени), приведены в приложении к настоящему отчету.

Применительно к расходам социального характера, направленным вовне компаний, в настоящем исследовании использован все более часто употребляемый в аналитических исследованиях термин «внешние социальные инвестиции» (ВСИ), понимая под этим следующие составляющие:

- добровольные расходы компаний на улучшение общей и социально-бытовой инфраструктуры в населенных пунктах, где компании ведут производственную деятельность;
- расходы на спортивные и культурные мероприятия на местном, региональном и федеральном уровнях, в которых принимают участие не только сотрудники самой компании;
- расходы на благотворительные программы, исследовательские и образовательные проекты, адресованные более широкому кругу, чем сотрудники компаний, реализуемые как самими компаниями, так и в сотрудничестве с благотворительными фондами;
- расходы на поддержку волонтерства.

В противовес этим видам расходов, расходы на разнообразные формы и виды социальной поддержки компаниями своих сотрудников мы будем называть корпоративными социальными расходами (КСР). Корпоративные социальные расходы являются фактически частью компенсационного пакета, который компания предлагает своим сотрудникам или бывшим сотрудникам.

## **ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ**

### **3.1 Выводы**

#### Тренды и объемы филантропического сектора

1. Главные тренды развития современной российской благотворительности, актуальные в течение последних 3 лет, включают:
  - рост объемов сектора прежде всего за счет роста индивидуальных пожертвований (которые совсем недавно превысили по размеру институциональные);
  - активное развитие местной филантропии в регионах присутствия крупных компаний, отчасти стимулируемое притоком материальных и организационных ресурсов от компаний и институциональных доноров;
  - высокая роль бизнеса и «живых доноров», ведущая, среди прочего, к росту влияния бизнес-подходов и строгой ориентации на измеримость результатов в организации благотворительности;
  - размытые границы между благотворительностью и КСО, появление все большего числа «смешанных форматов»;
  - расцвет фандрайзинговых платформ и технологических решений.
2. Согласно данным Минюста, в России в 2018 году было зарегистрировано примерно 220 тысяч НКО. Росстат в своём ежегоднике «Россия в цифрах» оценивает количество НКО в 90 тысяч. Но отнюдь не все НКО являются благотворительными организациями. В исследовании «Профессиональная благотворительность России в развитии: участие населения» за 2017 год<sup>6</sup> количество благотворительных организаций в 2018 году составляло немногим более 11 тысяч, из них 62% были зарегистрированы в последние 10 лет.
3. Общая сумма благотворительных пожертвований различных институций и социальных расходов бизнеса может быть оценена в 340-460 млрд руб. в год<sup>7</sup>, или 0,4 – 0,5% от ВВП, из которых на долю бизнеса приходится до 250 млрд руб.

#### Объем вклада компаний

4. Общий объем внешних социальных инвестиций (ВСИ<sup>8</sup>) компаний, входящих в рейтинг РБК-500 в 2018 году, составляет, по нашей оценке, 197-250 млрд. руб. в год. Если добавить корпоративные социальные

---

<sup>6</sup> «Профессиональная благотворительность в России в развитии: участие населения», портал Такие дела, 2018.

<sup>7</sup> Исследование «Российский филантроп», МШУ «Сколково», 2018 г.

<sup>8</sup> ВСИ включают: расходы компаний на улучшение общей и социально-бытовой инфраструктуры в регионах присутствия; расходы на спортивные и культурные мероприятия на местном, региональном и федеральном уровнях, в которых принимают участие не только сотрудники самой компании; расходы на благотворительные программы, исследовательские и образовательные проекты, адресованные более широкому кругу, чем сотрудники компаний, реализуемые как самими компаниями, так и в сотрудничестве с НКО и благотворительными фондами; расходы на поддержку волонтерства.

расходы (КСР<sup>9</sup>) компаний, то сумма всех социальных расходов корпораций по меньшей мере удвоится – до 400-500 млрд. руб. в год.<sup>10</sup>

5. Корпоративные социальные расходы крупных компаний из добывающих секторов, как правило, находятся на одном уровне с внешними социальными инвестициями либо превышают их; в ряде случаев превышают многократно.

6. Доля внешних социальных инвестиций в выручке компаний имеет тенденцию к убыванию по мере уменьшения масштабов бизнеса компаний.

#### Приоритетные направления расходования средств и ЦУР

7. Среди приоритетных направлений внешних социальных инвестиций крупных компаний всех рассмотренных нами сегментов бизнеса преобладают расходы на *спорт, образование, культурное наследие*. Для компаний добывающих отраслей крупной статьёй расходов является также инвестиции в инфраструктуру населенных пунктов на территориях ведения бизнеса. Важно отметить, что у всех крупных компаний в перечне направлений социальной деятельности присутствуют программы, нацеленные на поддержку социально незащищенных групп населения: инвалидов, лиц с врожденными заболеваниями, позволяющими таким людям обучаться и активно участвовать в общественной жизни.

5. Компании в своей социальной отчетности декларируют приверженность таким целям устойчивого развития ООН, как гендерное равенство, уменьшение неравенства и искоренение коррупции, раскрывают политики компаний в этих сферах, приводят статистику по гендерному составу работников. При этом финансовая поддержка правозащитных организаций, работающих на эти же цели во внешней среде, компаниями практически не осуществляется (исключения носят единичный характер).

6. Все большее число компаний определяет направления внешних социальных инвестиций в регионах и осуществляет эти инвестиции при активном вовлечении местных сообществ.

#### Доступность информации

7. Три четверти от числа компаний из топ-50 рейтинга РБК -500 регулярно публикуют информацию о социальной деятельности в виде отдельных от годовых социальных отчетов либо в значительных по объему информации разделах годовых отчетов. Однако если рассмотреть топ-100 компаний рейтинга, то ситуация с доступностью информации резко меняется: менее половины компаний списка регулярно публикуют достаточно подробные

---

<sup>9</sup> КСР включают расходы на разнообразные формы социальной поддержки компаниями своих сотрудников.

<sup>10</sup> Полученная нами оценка расходов на ВСИ согласуется с оценкой из исследования Центра благосостояния и филантропии МШУ Сколково (по данным Центра, средняя оценка показателя благотворительных расходов для бизнеса России в целом – 190 млрд руб. в 2016 г.), если скорректировать ее на рост выручки компаний рейтинга за последние 2 года, составивший 28%.

сведения (содержащие, как минимум, общую сумму расходов и разбивку суммы по направлениям) о своих социальных и благотворительных расходах. Ситуация с анализом данных осложняется также тем, что разные компании по-разному учитывают свои социальные расходы во внутреннем учете и во внешних отчетных материалах; по-разному (частично или полностью) консолидируют либо не консолидируют данные компаний, входящих в группу. Общепринятой методики учета и представления данных о социальных и благотворительных расходах компаний не существует.

8. Компании из добывающих секторов весомую – 50% и более – часть внешних социальных инвестиций осуществляют в рамках соглашений с регионами деятельности. Во многих случаях данные об этих социальных инвестициях представлены в отчетности либо одной цифрой, либо с разбивкой по регионам, но не по направлениям использования благотворительных средств. Это затрудняет оценку приоритетов расходования благотворительных средств для компании и сектора в целом.

#### Смешанные формы. Корпоративные благотворительные фонды

9. Большинство крупных добывающих компаний, широко представленных в рейтинге топ-100 крупнейших бизнесов, не имеют собственных корпоративных благотворительных фондов. В тех случаях, когда благотворительный фонд имеется (например, благотворительный фонд ПАО «Лукойл»), через него проходит лишь небольшая часть внешних социальных инвестиций корпораций. Остальные ВСИ оплачиваются компаниями напрямую из корпоративного бюджета либо из чистой прибыли.

10. В случае наличия корпоративного фонда и (или) личного благотворительного фонда учредителя (учредителей) бизнеса очень часто такой фонд и КСО-департамент компании тесно взаимодействуют, реализуя совместные программы в регионах присутствия. Строгие исключения из этого тренда представляют несколько благотворительных фондов, изначально заявленных как именные или семейные благотворительные фонды, чья стратегия не связана с бизнесом учредителя. В большинстве случаев преобладают смешанные формы благотворительности, в которых частные и корпоративные благотворительные программы перемешаны и их сложно корректно поделить на отдельные группы.

#### Волонтерство

11. Многие компании рассматривают волонтерскую деятельность своих сотрудников и их участие в решении социальных проблем на территориях ведения бизнеса как фактор развития сотрудников, их инициативности, овладения навыками проектной и командной работы, а также как механизм повышения их лояльности к работодателю, и поощряет эту деятельность.

#### Общественное признание и пиар-приоритеты программ

12. Компании чувствуют недостаточность признания их вклада в развитие благотворительности и социальной сферы как в регионах присутствия, так и

на национальном уровне со стороны общества и государства, что, среди прочих факторов, обуславливает повышенное внимание к пиар-эффективности социальных программ и проектов при определении приоритетов расходования средств.

### **3.2 Рекомендации**

1. Рекомендуется ввести стандарт обязательной нефинансовой отчетности для крупного бизнеса и рассмотреть возможность унификации форматов данных. При разработке стандартов социальной отчетности необходимо предусмотреть:
  - четкое разделение внешних социальных инвестиций – затрат социального характера, направленных на сообщества вовне компании, и корпоративных социальных расходов, которые хотя и несут определенные социальные функции, но все же в преобладающей мере являются составной частью компенсационного пакета для работников;
  - выделение в отдельную категорию расходов, которые, хотя и направлены на аудитории вовне компании, несут в себе значительную имиджевую и/или рекламную компоненту. Это, в частности, относится к спонсированию спортивных и культурных мероприятий и расходам на содержание профессиональных спортивных команд;
  - выделение из общей массы внешних социальных инвестиций средств, направляемых независимым некоммерческим организациям.
2. Сформировать систему признания и поощрения (морального и/или материального) социальных и филантропических программ корпораций со стороны общества и государства.
3. В целях повышения эффективности коммуникаций о благотворительности и социальных программах корпораций разработать прозрачную и общепризнанную системы оценки эффективности работы программ.
4. Разработать систему мероприятий, поощряющих устойчивость НКО, в том числе выявление, популяризацию и использование лучших практик реализации партнерских программ компаний и НКО.

## **4. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ФИЛАНТРОПИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

### **4.1. Общие условия, влияющие на развитие филантропического сектора в России**

В России возрождение частной институциональной филантропической деятельности началось в 1990-е гг. В течение нескольких десятилетий возникли новые крупные состояния, сложился новый класс состоятельных людей, некоторые из которых впоследствии стали участвовать в финансировании благотворительности напрямую, через личные благотворительные фонды либо через свои компании. Новые владельцы приватизированных советских предприятий получили во многих случаях в качестве нагрузки элементы социальной инфраструктуры и были вынуждены в течение переходного периода

нести затраты по их содержанию. Эта социальная деятельность носила по существу вынужденный характер и могла лишь с большой натяжкой считаться благотворительностью. Предпосылки для реальной благотворительности складывались по мере развития процесса расслоения общества по уровню благосостояния и формирования слоя состоятельных предпринимателей. Первые благотворительные организации постсоветского периода появились в России в середине 1990-х гг. С этого момента началось становление и развитие полноценной системы благотворительных организаций, костяк которой сложится и окреп в период устойчивого роста экономики и благосостояния населения в 2000-е годы.

Несмотря на замедление (а по некоторым оценкам, прекращение) экономического роста в последнее пятилетие и существование значительных территориальных различий в уровне доходов и качества социальной инфраструктуры, общая социально-экономическая ситуация в России сравнительно благоприятная. Практически отсутствует крайняя бедность, население обеспечено жильем, услугами здравоохранения и образования на базовом уровне, работает система государственного социального обеспечения, охватывающая все слои населения. Уровень безработицы находится на комфортном по мировым масштабам уровне порядка 5%<sup>11</sup>. Доля населения, находящегося за чертой бедности (уровень дохода ниже прожиточного минимума), составляет около 10-13%<sup>12</sup>, но сам прожиточный минимум (около 6 долларов США в день)<sup>13</sup> в разы выше международного уровня бедности (1,9 доллара в день).

Если сравнивать со странами БРИКС (коалиция БРИКС представляет крупные страны с быстрорастущей экономикой и сходными условиями развития филантропии: Бразилия, Россия, Индия, Китай и ЮАР), то в России самая низкая младенческая смертность. Россия сохраняет лидерство среди стран БРИКС по номинальному ВВП в расчете на душу населения (11289 долларов США в 2018 г.), хотя отрыв от Китая и Бразилии невелик, и с большим отрывом лидирует среди стран этой группы по ВВП в расчете на душу населения по паритету покупательной способности<sup>14</sup>. Это говорит о том, что запрос на благотворительность в России, если сравнивать с другими странами с развивающейся экономикой, обусловлен не отсутствием базовых материальных условий жизни, а более сложными факторами.

## **5. МАСШТАБЫ И ОЦЕНКА РОЛИ ФИЛАНТРОПИЧЕСКОГО СЕКТОРА**

<sup>11</sup> Федеральная служба государственной статистики РФ, 2019

<sup>12</sup> Информационное агентство Регнум, 2019

<sup>13</sup> РБК, 2019

<sup>14</sup> World Bank Data, 2018

С точки зрения моделей и типов филантропических организаций, сегодня в России представлены практически все типы и модели, распространенные в мире. Объем пожертвований от частных лиц постепенно увеличивается как со стороны состоятельных владельцев и топ-менеджеров компаний, так и со стороны представителей среднего класса. Мощный рост индивидуальных пожертвований, развитие местной филантропии и расцвет крупных фандрайзинговых благотворительных фондов являются важнейшими трендами последнего десятилетия. В то же время важными сдерживающими факторами, влияющими на развитие филантропии, является меняющаяся экономическая конъюнктура, невысокий уровень доверия к НКО и к институциям в целом, определяющий неразвитую культуру филантропии в обществе, и закон об иностранных агентах.

В целом благотворительный сектор в России растет, при этом точное число благотворительных организаций определить сложно. Согласно данным Минюста, в России по состоянию на середину 2018 года в качестве некоммерческих зарегистрированы примерно 220 000 организаций, или примерно 150 НКО на 100 тысяч населения. (Цитируется здесь и далее по исследованию «Российский филантроп»<sup>15</sup>). Росстат в своём ежегоднике «Россия в цифрах» оценивает количество НКО в 90 000. Но отнюдь не все НКО являются благотворительными организациями. В исследовании «Профессиональная благотворительность России в развитии: участие населения» за 2017 год количество благотворительных организаций оценивается на 23.05.2018 общим числом 11 141, из них 62% были зарегистрированы в последние 10 лет.

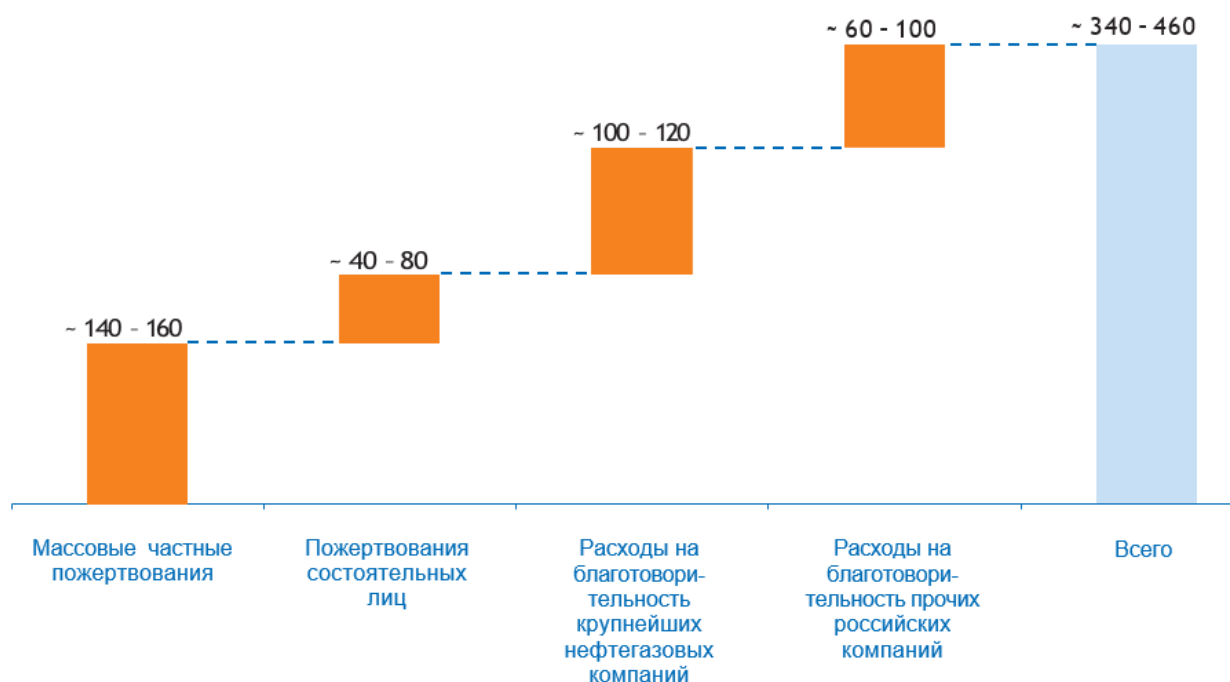
Согласно CAF World Giving Index 2017, в течение года в том или ином виде участвовали в благотворительности две трети (67%) взрослых россиян, денежные пожертвования в течение года делали более половины (53%), в том числе благотворительным организациям – 42%. Расчет на основе данных о среднем пожертвовании и среднем проценте участия в благотворительности дает в результате общую сумму индивидуальных пожертвований 140–160 млрд. руб. Если к этому добавить расчетную сумму пожертвований состоятельных и сверхсостоятельных лиц (40–80 млрд. руб), а также оценки корпоративных расходов на благотворительность (160–220 млрд. руб), то общая сумма пожертвований может быть оценена в 340-460 млрд руб., или 0,4 – 0,5% от ВВП[5]<sup>16</sup>. Более подробно о методике расчета приведенных показателей можно узнать в отчете об исследовании «Российский филантроп».

---

<sup>15</sup> «РОССИЙСКИЙ ФИЛАНТРОП»; Центр управления благосостоянием Московской школы управления СКОЛКОВО, 2018

<sup>16</sup> «РОССИЙСКИЙ ФИЛАНТРОП»; Центр управления благосостоянием Московской школы управления СКОЛКОВО, 2018

## ОЦЕНКА РАЗМЕРА РАСХОДОВ НА БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ, МЛРД. РУБ.



Источник: Оценка Центра управления благосостоянием и филантропии Московской школы управления СКОЛКОВО с учётом данных «Исследования частных пожертвований в России 2016», CAF Gross Domestic Philanthropy 2016, Coutts Million Dollar Report 2015, The Wealth Report 2018 (Knight Frank), рейтинга Эксперт-400 2017 («Эксперт», №43, 2017) и отчётности компаний.

Абсолютный размер поддержки благотворительных проектов владельцами капитала на несколько порядков выше, чем для населения в целом. Если по данным CAF средний размер индивидуального пожертвования за год составил около 8 000 руб., то среди опрошенных топ-менеджеров и владельцев малого и среднего бизнеса (в дальнейшем – менеджеры МСБ) средний размер пожертвований за год превысил 76 тыс. руб., а среди владельцев капитала средний размер поддержки благотворительных проектов превышает 3 млн руб. в год. При этом, если среди менеджеров МСБ степень вовлеченности в благотворительность была на одном уровне с населением в целом, то степень вовлеченности владельцев капитала была оценена на уровне 93,9%<sup>17</sup>.

## 6. ПРИОРИТЕТЫ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

Наиболее популярные направления благотворительности – с большим отрывом от других направлений пожертвований – это помощь детям

<sup>17</sup> РОССИЙСКИЙ ФИЛАНТРОП»; Центр управления благосостоянием Московской школы управления СКОЛКОВО, 2018



(58–74%), далее идут помощь малоимущим (28–50%), помощь религиозным организациям. По перечню популярных направлений благотворительности российские владельцы капитала мало отличаются от населения в целом.

### Приоритеты благотворительной деятельности в России

Население в целом	Топ-менеджеры компаний МСБ	Владельцы капитала
1. Дети (58%)	1. Дети (62%)	1. Дети (74%)
2. Религиозные организации (30%)	2. Малоимущие и социально неблагополучные (49%)	2. Малоимущие и социально неблагополучные (50%)
3. Малоимущие (28%)	3. Церковь и религия (26%)	3. Церковь и религия (28%)
4. Животные (20%)	4. Образование и наука (14%)	4. Образование и наука (22%)

Источник: Оценка Центра управления благосостоянием и филантропии Московской школы управления СКОЛКОВО, 2019.

Следует также отметить, что лишь 35–40% средств менеджеров МСБ и владельцев капитала попали в независимые НКО, остальная часть средств была направлена напрямую конкретным людям либо пожертвована через собственные фонды<sup>18</sup>.

Быстро увеличивается важность такого канала пожертвований индивидуальных благотворителей, как интернет-платформы. Число частных доноров, жертвующих деньги на онлайн-платформах с 2013 года выросло в 30 раз. В 2017 году более 400 тысяч россиян жертвовали через платформы<sup>19</sup>.

Вместе с тем большинство благотворительных фондов не придает достаточного значения важности Интернета как удобного канала для жертвователей. Так, от числа зарегистрированных благотворительных организаций 70% никак не представлены в интернете или не видны поисковикам, из оставшихся реально активны лишь две трети. Из представленных в интернете благотворительных и некоммерческих организаций больше половины не публикуют практически никакую отчетность, и лишь менее трети разместили на сайте отчетность о своей деятельности за 2017 год.

<sup>18</sup> РОССИЙСКИЙ ФИЛАНТРОП»; Центр управления благосостоянием Московской школы управления СКОЛКОВО, 2018

<sup>19</sup> «Платформы онлайн-пожертвований», исследование Фонда КАФ

## 7. ОСНОВНЫЕ ДРАЙВЕРЫ И ПРЕПЯТСТВИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

Опрошенные в рамках проекта руководители частных и корпоративных благотворительных фондов и программ отметили следующие препятствия и драйверы развития благотворительности (в кавычках – цитаты из интервью).

### Драйверы

1. Высокая активность организаций и профессионального сообщества

*«Самые старые наши организации недавно отмечали 30летие. В целом сектору примерно 25 лет. За четверть века произошел колоссальный рывок, скачок. Дело даже не в увеличении объемов, а именно в профессионализации, в формировании действительно специалистов, экспертов. Это потрясающее достижение и в этом смысле Россия традиционно демонстрирует удивительные темпы роста.»*

2. Бум развития новых технологий

*«Есть вещи, которые будут развиваться независимо ни от чего: это массовая благотворительность, это все что связано с использованием интернета для благотворительности, это рост небольших пожертвований. Потому что крупные пожертвования в большей степени зависят от экономической конъюнктуры, кризисов. Я специально не беру социальное предпринимательство, потому что это отдельная тема. Но оно, конечно, тоже влияет на сектор уже с другой стороны.»*

3. Вовлечение широкого круга людей в частную благотворительность и в гражданскую активность для решения конкретных проблем на местном уровне; экспоненциальный рост объема индивидуальных пожертвований.
4. Возрастающая роль НКО в решении социальных проблем. Готовность государства делегировать НКО часть задач, выделение ресурсов для этого.
5. Появление устойчивых механизмов финансирования и методической поддержки НКО: Фонд президентских грантов, конкурсы крупных фондов и др.

### Препятствия:

1. Низкий уровень доверия населения и компаний к НКО, непонимание того, зачем НКО нужны.

*«В обществе должны прикладываться усилия, чтобы наконец-то перестали говорить, что это кто-то замаливает свои грехи и что при этом благотворительность – это коррупционная схема или что-то еще».*

*«Должна быть какая-то интеллектуальная информация о том, что многие формы жизни, которые кажутся нам более интересными и прогрессивными, вообще-то разработаны в рамках третьего сектора. И новое искусство никогда бы не стало новым искусством, если бы не благотворительность. И научные прорывы никогда бы не возникли, если бы не благотворительность.»*

2. Для развития сектора очень важно публичное признание роли сектора со стороны общества и государства.

*«Налоговые льготы у компаний наверное очень бы стимулировали, но больше стимулировало бы публичное признание, пиар и джиар поддержка компаний, которые активно участвуют в благотворительности.»*

*«Из того, что можно сегодня сделать для сектора – сегодня более важны не экономические меры (налоговые льготы и пр.), а меры, которые меняли бы основной месседж со стороны государства. Сейчас основной месседж, что НКО – это плохо. Да, НКО хорошо делают какие-то конкретные вещи, но в целом - это плохо. Им нельзя доверять, и есть разные причины, почему им нельзя доверять. Это сложнее менять. Вопрос доверия не решается через изменение законодательства.»*

*«Важным фактором является признание государством того, что социальную нагрузку без сектора государство не потянет. Есть ощущение недоверия к нашей независимости и некоторое желание забрать под себя все, что более-менее успешно».*

3. Отсутствие налоговых льгот и иных четких методов материального или нематериального поощрения для участников благотворительной деятельности либо предоставление таких льгот на условиях, которыми очень сложно воспользоваться.

*«Должно быть так: если я направил на благотворительность 20 млн, а налогов заплатил 10 млн, ну спишите вообще все налоги мои. Пускай хотя бы половина благотворительной суммы в чистом виде, не проценты.. Вот я на благотворительность потратил, значит, я государству*

*выставляю чек на 50% этой суммы. Тогда, конечно, это будет стимулировать.»*

*«Для крупных компаний это (предоставление налоговых льгот) было бы актуально, потому что выделяются заметные суммы на благотворительность. У нас бюджет фонда формируется из прибыли компаний – это не секрет. Если бы можно было иметь какую-то льготу налоговую, то благотворительность, конечно, заметно активизировалась бы.»*

4. Незрелость инструментария стимулирования благотворительности.

*«С целью стимулирования как частных, так и корпоративных вложений в благотворительность необходимо развивать инструментарий стимулирования... Чтобы стимулировать тот же средний или малый бизнес. Как только речь заходит о стимулировании, так сразу возникает куча противников. Но это нормальная общемировая практика, и мы тоже до этого дойдем.»*

5. Закон об иностранных агентах, который привел к лишению финансирования правозащитных организаций, общему снижению уровня доверия и боязни НКО поддерживать сложные темы.

*«У нас, к сожалению, сначала бездействуют, потом, когда здесь уже все заполнено деньгами какого-нибудь Сороса, схватываются, вводят ограничения и начинают мести заодно и все, что совсем не имеет к этому отношения. В этом проблема гипертрофированности любого действия... Нужно отделять котлеты от мух».*

6. Недостаточный уровень профессионализма в НКО; недостаток саморегулирования, прозрачности действий, ответственности и общих этических норм.

*«Иногда, особенно, когда речь заходит про психиатрию или про детей с особенностями развития, очень многие усилия не только нашего прекрасного сектора, но том числе и государства, натываются на то, что общество совершенно не готово. Общество проявляет очень негативные чувства, и здесь солидарность сектора невысока. Нельзя сказать, что она полностью отсутствует, но она недостаточно высока, и это приводит к определенным проблемам.... Если бы был лучше налажен диалог, и если бы организации чувствовали себя единым сектором, то все продвигалось бы значительно лучше.»*

*«У нас не хватает двух вещей: 1. Профессионалов, которые умеют создавать социальные проекты и привлекать деньги. 2. Не всегда хватает той степени свободы, которая необходима для того, чтобы это делать».*

7. Ряд сложных требований к процедурам регистрации и отчетности.

## **8. РОЛЬ БИЗНЕСА В РАЗВИТИИ ФИЛАНТРОПИИ**

Корпоративная благотворительность – самый крупный из институциональных источников поддержки в России.

Значимость этого сегмента определяется не только огромным объемом жертвуемых корпорациями средств, но также тем, что при реализации социальных программ корпорации используют бизнес-подходы, обеспечивают систематичность в работе, стратегические подходы, нацеленность на измеримый социальный результат. За исключением особых случаев типа помощи при стихийных бедствиях социальные инвестиции корпораций направлены не на «латание дыр», а на проблемы, решение которых повысит экономический и социальный потенциал региона присутствия, а иногда – страны в целом. В большинстве случаев корпорации взаимодействуют с государством по конкретным программам и помогают государству более эффективно использовать задействованные в этих программах ресурсы. Бизнес готов брать на себя создание и апробирование новых социальных технологий, отлаживать их и передавать государству для тиражирования.

«Независимость сектора является абсолютным условием того, что будут возникать новые модели. Мы - первопроходцы. Именно в рамках сектора может быть очень быстро отработан, опробован, принят или отвергнут, адаптирован к потребностям новый подход, новая форма жизни, новый метод работы. Государственные учреждения не могут этого сделать, потому что у них очень длинная цепочка согласований, долгие деньги.»

Реализация корпоративных благотворительных проектов часто осуществляется самими компаниями (департаментами КСО), а не через корпоративные фонды. Многие из корпораций в своей социальной жизни довольно традиционны, но есть и те, которые применяют более стратегический подход, поддерживая профессиональные НКО и инфраструктуру сектора. Компании реализуют свои социальные

программы в основном в тех регионах, где они работают. Как правило, их деятельность больше соответствует бизнес-интересам владельца по сравнению с частными фондами.

Участники конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности» России при выстраивании своей социальной политики концентрировались на следующих целях<sup>20</sup>:

- повышение устойчивости бизнеса и развитие регионов присутствия – 85%,
- решение социальных проблем (региона) – 62%,
- укрепление компетенций сотрудников и корпоративной культуры (13%).

Из приоритетных направлений расходования благотворительных средств чаще всего указывали:

- образование (87%),
- экология (79%),
- развитие местных сообществ (80%),
- здравоохранение (75%).

По данным Форума доноров, с точки зрения форматов из 47 компаний – участников конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности», 73% реализуют самостоятельно собственные благотворительные программы, 36% – пользуются услугами корпоративного благотворительного фонда, 47 из 47 имеют партнерские программы, 29 компаний проводят грантовые конкурсы.

### **8.1. Оценка объемов благотворительных и социальных расходов бизнеса в России**

В процессе оценки расходов на социальные инвестиции российского бизнеса мы рассмотрели выборку из 100 крупнейших компаний России по объему выручки за 2018 год, представленных в рейтинге РБК-500. Совокупная выручка компаний, вошедших в рейтинг по итогам 2018 года, составила 85,5 трлн рублей, в рейтинг вошли компании, представляющие 33 сектора экономики и 52 региона России. На долю топ-100 компаний рейтинга приходится 76% общей выручки компаний рейтинга и почти 2/3 ВВП России.

По большинству из 50 крупнейших по выручке компаний и части компаний, находящихся в позициях 51-100 рейтинга, данные о расходах

<sup>20</sup> «Лидеры корпоративной благотворительности в парадигме устойчивого развития», Форум доноров, 2019

на социальные инвестиции представлены в годовых отчетах либо в социальных отчетах (отчетах об устойчивом развитии) за 2018 год.

**Таблица 1. Внешние социальные инвестиции 100 крупнейших компаний**

Наименование компании	Место в рейтинге РБК-500	Выручка, млрд руб.	Чистая прибыль, млрд руб.	Внешние социальные инвестиции, млн руб.	Отношение ВСИ к выручке, %%	Отношение ВСИ к чистой прибыли, %
Газпром	1	8 224	1 456	43 970,00	0,53	3,02
Лукойл	2	7 479	619	9 000,00	0,12	1,45
Роснефть	3	6 850	549	12 700,00	0,19	2,31
Сбербанк России	4	3 160	833	4 880,00	0,15	0,59
Российские железные дороги	5	2 413	35	2 659,00	0,11	7,6
Сургутнефтегаз	6	1 537	850		--	--
X5 Retail group	7	1 533	29		0	--
ВТБ	8	1 361	179	16 800,00	1,23	9,39
Магнит	9	1 237	34		--	---
Росатом	10	1 031		9 087,00	0,88	--
Российские сети	11	1 022	91	3 367,00	0,33	3,7
Интер РАО	12	963	71	800	0,08	1,13
Транснефть	13	932	224	10 100,00	1,08	4,51
Татнефть	14	911	212	6 502,70	0,71	3,07
НОВАТЭК	15	832	164	2 000,00	0,24	1,22
Евраз	16	813	156	1 000,00	0,12	0,64
АФК Система	-	777	-38	840	0,11	-2,21
НЛМК	17	756	140	290	0,04	0,21
Норникель	18	729	189	15 200,00	2,09	8,04
ГК Мегаполис	19	707	12		--	--
Газпромбанк	20	693	41	3 300,00	0,48	8,05
Русал	21	645	106	986,5	0,15	0,93
Аэрофлот - Российские авиалинии	22	612	7	1 800,00	0,29	27,27
Сибур Холдинг	23	569	106	858	0,15	0,81
Северсталь	24	537	129	1 860,00	0,35	1,44
СУЭК	25	520	73	2 546,00	0,49	3,49
ММК	26	515	82	2 532,00	0,49	3,09
Группа УГМК	27	493		1 800,00	0,37	--
Металлоинвест	29	450	100	5 269,00	1,17	5,27
Лента	30	414	12		--	--
Объединенная авиастроительная корпорация	31	412	-17	48,4	0,01	-0,28
Русгидро	32	400	31	1 241,00	0,31	4
Сахалин Энерджи	33	393	128	720	0,18	0,56
Т Плюс	34	373	-5		---	---
Группа М.Видео-	35	353	9	42,2	0,01	0,49

Эльдорадо						
Еврохим	36	350	34	216	0,06	0,64
ВымпелКом	37	350	12	9,9	0	0,08
Банковский холдинг Альфа-банк	38	347	169	1 100,00	0,32	0,65
Объединенная судостроительная компания	39	336	3		---	---
Мегафон	40	336	35	177,6	0,05	0,51
Ростелеком	41	320	15	193,3	0,06	1,29
ТМК	42	319	2	1 122,00	0,35	48,83
Славнефть	43	314	20	190	0,06	0,95
Тойота Мотор	-	313	12		---	---
Мечел	44	313	13		---	---
Стройгазмонтаж	45	304	10		---	---
Дж.Т.И. Россия	-	303	26		---	---
Торговая сеть Красное и Белое	46	301			---	---
АК Алроса	47	300	90	501	0,17	0,56
Дикси Групп	48	299	1		---	---
ВЭБ.РФ	49	297	-172		---	---
ФМСМ (PMI)	-	296	3		---	---
Фольксваген Груп Рус	-	289	9		---	----
АвтоВАЗ	50	283	6	11,7	0	0,2
Леруа Мерлен Восток	-	276	4		----	---
Ашан	-	271	3		---	---
Россельхозбанк	51	270	2	578	0,21	37,9
ДНС Групп	52	269			---	---
ГК ТНС энерго	53	256	1	613,1	0,24	118,35
Протек	54	252	6	390	0,15	6,11
Группа компаний ПИК	55	246	21	434	0,18	2,07
Объединенная двигателестроительная корпорация	56	245	14	58	0,02	0,41
Независимая нефтегазовая компания	57	239	-21		---	---
Merlion	58	235			---	---
ФосАгро	59	233	22	1 903,00	0,82	8,65
КМР и СНГ (KIA)	-	232	10		--	---
Катрен	60	232	3	53,2	0,02	1,92
Банк ФК Открытие	61	230	35		---	---
Корпорация Тактическое ракетное вооружение	62	230	20			
Группа Рольф	63	230	6	2 470,00	1,07	39,48
ТАИФ-НК	64	228	0		---	---
Трансмашхолдинг	65	225	9		---	---
Метро Кэш энд Керри	-	217	5		---	---
Мостотрест	66	206	2		---	---
СОГАЗ	67	201	51		---	---
Автотор холдинг	68	198	3	1 000,00	0,51	37,38
Эппл Рус (Apple)	-	197	3		--	--
Арктикгаз	69	196	82		--	---



Нижнекамскнефтехим	70	194	25	1 046,00	0,54	4,18
Томскнефть ВНК	71	191	26		--	--
Зарубежнефть	72	190	12		--	--
ЕвросибЭнерго	73	190			--	--
Вертолеты России	74	188	27	350,8	0,19	1,3
Группа ГАЗ	75	187	4		--	--
Почта России	76	187	4		--	--
МУМТ (ВАТ)	-	187	16		--	--
Стройтранснефтегаз	77	187	7		--	--
КАМАЗ	78	186	1	52	0,03	4,47
ФК Пульс	79	186	4	56,9	0,03	1,46
Полюс	80	185	29	1 684,00	0,91	5,81
Хендэ Мотор СНГ (Hyundai)	-	185	5		--	--
S7 Group	81	183	8		--	--
Ямал СПГ	82	182	-158		--	--
Группа Содружество	83	181	5		--	--
ЧТПЗ	84	179	8	217	0,12	2,77
Иркутская нефтяная компания	85	179	90		--	--
Русснефть	86	178	15		--	--
Национальная компьютерная корпорация	87	177			--	--
Мерседес-Бенц Рус	-	176	0		--	--
Русэнергосбыт	88	175	5		--	--

*Комментарии к таблице 1:*

*А) В ситуациях, когда удавалось найти данные лишь по одной или нескольким (но не всем) компаниям представленной в рейтинге консолидированной группы, мы приводили эти данные как относящиеся к группе в целом.*

*Б) Для оценки социальных расходов Газпромбанка и Альфа-банка были взяты данные о расходах на благотворительность этих банков за 2017 год с сайта [https://finparty.ru/blagie\\_dela](https://finparty.ru/blagie_dela).*

*В) По Евразу в качестве расходов на благотворительность, за неимением более полных данных, взяты расходы Евраз НТМК, составившие в 2018 году более 1 млрд. рублей. Расходы на благотворительность НЛМК оценены исходя из доли этих расходов в 2015 году (последний год, за который имеется опубликованный социальный отчет с данными об общих расходах на благотворительность), скорректированной на рост выручки группы в 2018 году по сравнению с 2015 годом.*

*Г) Социальные расходы УГМК оценены, за неимением более полной информации, как соответствующие расходы входящей в состав группы компании «Уралэлектромедь», превысившие в 2018 году 1,8 млрд. руб.*

*Д) При оценке социальных расходов крупнейших телекоммуникационных компаний мы исключили МТС, поскольку социальные расходы этой компании уже учтены в соответствующих расходах АФК «Система».*

*Е) Там, где это возможно, мы выделяли из общего объема социальных инвестиций внешние социальные инвестиции, - программы и расходы, обращенные вовне компаний и направленные на благо жителей в регионах*

*деятельности компаний или на социально-культурное развитие населения страны в целом.*

Для удобства рассмотрения мы разбили представленные в таблице 100 крупнейших компаний на 2 группы, в первую из которых вошли 50 крупнейших по выручке компаний, а во вторую – последующие 50. Для первой группы (строки, соответствующие этим компаниям, залиты розовым цветом) данные о расходах ВСИ удалось найти по 37 компаниям, или 74% от числа компаний группы. Суммарные расходы на внешние социальные инвестиции этих компаний составили 166,0 млрд. руб, **доля этих расходов в совокупной выручке компаний – 0,35%**. Если предположить, что для компаний этой группы, не опубликовавших данные о расходах на ВСИ, доля этих расходов в выручке находится на среднем для группы уровне, то общую сумму расходов на ВСИ по 50 крупнейшим компаниям можно оценить в 194 млрд. рублей.

Для второй группы компаний данные о расходах на ВСИ удалось найти лишь для 16 компаний – менее чем для трети состава группы. Общий объем ВСИ этих компаний, на основании полученных данных, составляет 10,9 млрд. руб, **доля расходов на ВСИ в выручке – 0,30%**. Если предположить, что для компаний этой группы, не опубликовавших данные о расходах на ВСИ, доля этих расходов в выручке находится на среднем для группы уровне, то общая сумма расходов на ВСИ по группе можно оценить в размере 33,2 млрд. рублей. Сложив суммы расходов на ВСИ по первой и второй группам, мы получим общую оценку внешних социальных инвестиций по 100 крупнейшим компаниям: 177 млрд. руб – сумма ВСИ, подтвержденная найденными данными по компаниям списка и 227 млрд руб. – сумма, полученная в сделанном выше предположении о доле расходов на ВСИ по компаниям списка, не представившим данные о своих расходах на ВСИ. Полученная сумма в целом согласуется с оценкой, сделанной в исследовании МШУ Сколково<sup>21</sup> и составляющей для бизнеса России в целом – 190 млрд. руб. по данным на 2016 г.

Представляет отдельный интерес анализ соотношения расходов на внешние социальные инвестиции и чистой прибыли компаний. Соответствующие данные по отдельным компаниям представлены в табл. 1 (крайний правый столбец), а средние величины и типичные диапазоны изменения показателей – в нижеследующей таблице 2:

## **Табл. 2 Доля расходов на внешние социальные инвестиции в чистой прибыли компаний**

---

<sup>21</sup>[https://common.skolkovo.ru/downloads/documents/SKOLKOVO\\_WTC/Research/SKOLKOVO\\_WTC\\_Russian\\_Philanthropist\\_Rus.pdf](https://common.skolkovo.ru/downloads/documents/SKOLKOVO_WTC/Research/SKOLKOVO_WTC_Russian_Philanthropist_Rus.pdf)

Группа компаний	Средняя доля расходов на ВСИ в чистой прибыли по группе, %	Диапазон доли расходов на ВСИ в чистой прибыли по компаниям группы %	Диапазон доли расходов на ВСИ в чистой прибыли по компаниям группы без «чемпионов» и «аутсайдеров», %	Размер диапазона без чемпионов и аутсайдеров - Отношение верхней границы диапазона к нижней
Топ 1-50	2,7	0,1 – 27,3	0,5- 8,0	16
Топ 51-100	6,2	0,2 – 118,4	1,3 - 37,9	29

При оценке диапазона доли расходов на ВСИ в чистой прибыли по компаниям каждой из групп мы привели как данные по всему диапазону значений соответствующего показателя, так и диапазон по компаниям за исключением 10% «чемпионов» и 10% «аутсайдеров» по каждой из групп. Диапазон без чемпионов и аутсайдеров показывает более характерные для группы значения долей ВСИ в чистой прибыли за счет исключения anomalно высоких и anomalно низких значения этого показателя. Обоснованность исключения «чемпионов» и «аутсайдеров» обусловлена тем, что расходы компаний на внешние социальные программы имеют в определенной мере инерционный характер, обусловленный, во-первых, продолжительностью многих программ, превышающей один год, во-вторых, тем, что многие компании избегают резкого сокращения внешних социальных инвестиций даже в случае ухудшения финансового положения во избежание репутационного ущерба. В то же время величина чистой прибыли – это достаточно волатильный показатель даже у крупных компаний, существенное влияние на колебания которого оказывают конъюнктурные факторы. Наконец, в-третьих, в рамках действующего в компаниях процесса финансового планирования расходы на внешние социальные инвестиции на соответствующий год утверждаются в начале года или даже до его начала, а показатель чистой прибыли определяется лишь в конце соответствующего года.

Также следует учитывать, что в таблице приведены расчеты на основании только тех данных, которые удалось собрать, и если по первой половине списка подавляющее большинство компаний публикует достаточно подробные сведения о своих социальных расходах, то по второй части списка топ-100 компаний (компании с позициями 51-100) в расчетах учтены данные лишь по трети компаний-участников.

Из таблицы 2 видно, что **50 крупнейших по размеру выручки компаний России потратили в совокупности на внешние социальные программы 2,7% от чистой прибыли, а компании, занимающие позиции 51 – 100 – 6,2 % от чистой прибыли.** Увеличение доли совокупных расходов на социальные программы у компаний из группы Топ 51-100, имеющих меньшую по сравнению с

группой Топ 1-50 выручку, не следует воспринимать как проявление тенденции роста масштаба расходов на внешние социальные инвестиции компаний по мере уменьшения их выручки. Как уже отмечалось выше, отношение расходов на ВСИ к выручке компаний у группы ТОП-50 выше, чем у компаний, занимающих последующие 50 позиций в рейтинге. Увеличение расходуемой на ВСИ доли чистой прибыли группы компаний Топ 51-100 по сравнению с группой Топ 1-50 связано как со снижением рентабельности компаний меньшего размера по сравнению с большими (тем более, что в группе Топ 1-50 велика доля нефтегазовых и горнодобывающих компаний, получивших в 2018 году высокие прибыли в связи с хорошей ценовой конъюнктурой, а также тем, что присутствующая в группе Топ 51-100 компания Ямал-СПГ показала по итогам 2018 года высокий убыток, снизив тем самым совокупную прибыль всей этой группы компаний.

Интересно отметить, что доли чистой прибыли, расходуемые крупными российскими компаниями на социальные программы, в среднем существенно выше, чем аналогичные доли у компаний, входящих вместе с Россией в группу стран БРИКС. Например, в Индии и Бразилии, где законодательно установлена минимальная доля расходов от чистой прибыли, которую компании обязаны потратить на внешние социальные инвестиции, совокупная доля внешних социальных инвестиций в чистой прибыли не превышает полутора процентов, что почти вдвое меньше, чем у 50 крупнейших (и наиболее прибыльных) компаний России (2,7%).

Следует также отметить гораздо более широкий диапазон доли внешних социальных инвестиций в чистой прибыли для компаний группы топ 51-100 по сравнению с группой топ 1-50. Можно сделать вывод о том, что внешняя социальная деятельность крупных компаний носит более систематический характер, обусловленный масштабом бизнеса, по сравнению с компаниями меньших размеров, где масштаб участия во внешних социальных программах в большей мере зависит от такого субъективного фактора, как предпочтения высшего менеджмента этих компаний.

## **8.2. Соотношение внешних социальных инвестиций и корпоративных социальных расходов**

Для выяснения соотношения этих показателей в зависимости от отраслевой принадлежности бизнеса мы сопоставили внутренние и внешние социальные инвестиции для нескольких компаний из «тяжелых» по степени воздействия на территорию ведения бизнеса отраслей бизнеса – добыча углеводородов, черная и цветная металлургия, и из «легких» отраслей – финансы и телекоммуникации. Ниже мы приводим данные о социальных инвестициях этих компаний.

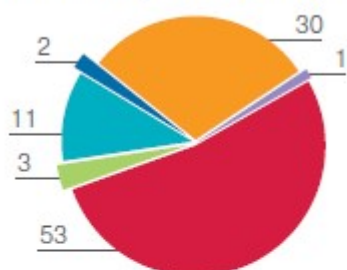
## **Группа Газпром**

В характеристике корпоративных социальных расходов компаний группы отмечалось, что «Группа несет расходы на социальные нужды работников, связанные, в частности, с предоставлением медицинского обслуживания и содержанием объектов социальной инфраструктуры. Эти суммы представляют собой неотъемлемые затраты, связанные с наймом производственного персонала, и, соответственно, относятся на операционные расходы в консолидированном отчете о совокупном доходе.» (по данным из финансового консолидированного отчета ПАО Газпром за 2018 год).

В 2018 году расходы группы Газпром в рамках социальных пакетов для работников составили 42,8 млрд. руб. Социальные программы компаний Группы для персонала включают медицинское обслуживание (периодические медицинские обследования отдельных категорий работников, занятых на тяжелых работах и на работах с вредными и/или опасными условиями труда; ежегодное диспансерное обследование работников с учетом специфики половозрастной структуры персонала, нацеленное на выявление доклинических форм заболеваний, разработка индивидуальных программ оздоровительных мероприятий, включая реабилитационно-восстановительное лечение), страхование от несчастных случаев, расходы на проведение спортивных мероприятий, корпоративную программу жилищного обеспечения через механизмы ипотечного кредитования, корпоративное пенсионное обеспечение для работников ключевых предприятий Группы через НПФ «Газфонд». В 2018 году в корпоративной пенсионной программе участвовали 141 тыс. сотрудников.

Внешние социальные инвестиции крупнейшей компании Группы - ПАО «Газпром» - составили в 2018 году 35 млрд рублей, наиболее крупные статьи расходов – поддержка спорта (включая строительство спортивных объектов) -53% от общих расходов, здравоохранение, наука, социально незащищенные слои населения(30%), благоустройство городской инфраструктуры регионов присутствия (11%).

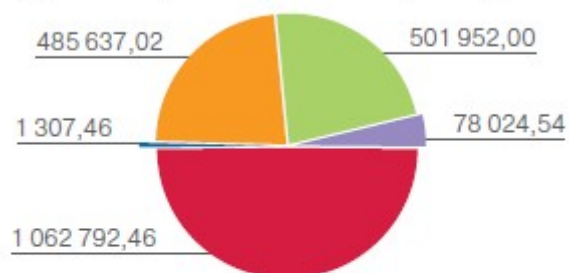
**Структура расходов на благотворительность  
ПАО «Газпром» в 2018 г., %**



- Поддержка развития спорта (включая строительство спортивных объектов в рамках программы «Газпром — детям»)
- Благоустройство городской инфраструктуры регионов присутствия Компании
- Поддержка культуры
- Поддержка образования
- Поддержка духовных ценностей
- Поддержка здравоохранения, науки, социально незащищенных слоев населения, прочие направления

Внешние социальные инвестиции второй по размерам компании Группы – ПАО «Газпромнефть» - составили в 2018 году 6,8 млрд. руб. (объединены в программе «Родные города»), в том числе 4,2 млрд. руб. - инвестиции в рамках соглашений с регионами, расходы на благотворительность – 2,1 млрд. руб. Наиболее крупные статьи благотворительных расходов – поддержка образования (около 50%), спорта (24%), культуры и искусства (23%).

**Структура расходов на благотворительность  
Группы Газпром нефть в 2018 г., тыс. руб.**



- Здравоохранение
- Образование
- Спорт
- Культура и искусство
- Прочее

Сопоставление корпоративных социальных расходов Группы Газпром и внешних социальных инвестиций Группы указывает на примерный паритет этих видов расходов – 42,8 млрд. руб и 44,0 млрд. руб.

### ***Группа Лукойл***

Внешние социальные инвестиции ПАО «Лукойл» в 2018 году составили около 9 млрд рублей, в том числе 5 млрд рублей по соглашениям с субъектами федерации (27 соглашений). Расходы компании на социальные выплаты и льготы для персонала составили 8,4 млрд рублей. Последние включают ДМС, поддержку семей, имеющих детей, спонсирование жилищных программ для работников, дополнительное пенсионное обеспечение, материальную помощь, содержание объектов социальной инфраструктуры. В данном случае корпоративные социальные расходы и внешние социальные инвестиции компании находятся примерно на одном уровне.

Поступления целевых взносов в корпоративный благотворительный фонд Лукойл в 2018 г составили 841 млн. руб – это средства корпорации Лукойл и ее сотрудников, расходы на благотворительность – 542 млн. рублей, в том числе на образование – 98 млн (помощь детским домам, школам, интернатам – 25, вузам, образовательным и научным учреждениям, включая гранты и именные стипендии – 74 млн), на развитие культуры и сохранение культурного наследия – 263 млн. руб (помощь организациям культуры, искусства, творческим коллективам – 148 млн, религиозным организациям – 114 млн), социальную поддержку и защиту инвалидов, пенсионеров, ветеранов – 81 млн, конкурс социальных проектов – 11 млн, помощь спортивным организациям – 81 млн. руб.

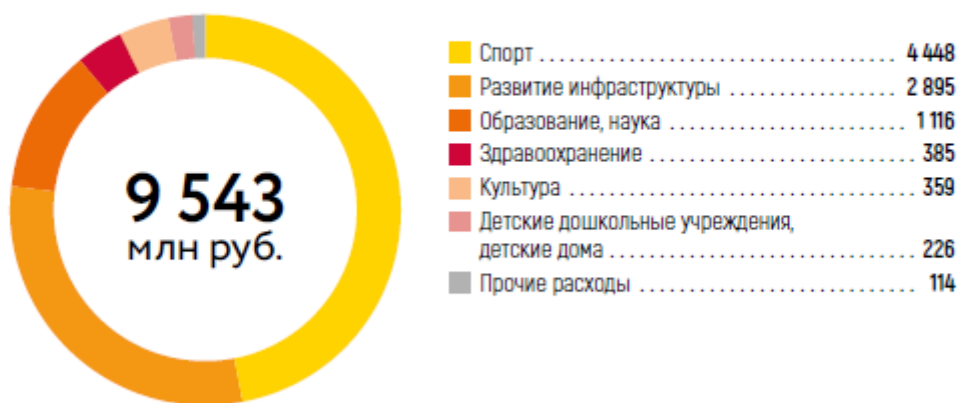
Пример ПАО Лукойл показывает, что даже при наличии у компании корпоративного благотворительного фонда преобладающая часть той доли внешних социальных инвестиций, которая осуществляется вне соглашений с регионами деятельности компании, происходит не через корпоративный фонд: в 2018 расходы благотворительного фонда ПАО «Лукойл» составили менее 10% от общего объема внешних социальных инвестиций компании и менее 15% от той их части, которая осуществлялась за пределами соглашений с регионами.

### ***Роснефть***

Пакет льгот и социальных выплат для персонала компании можно оценить в 2018 году суммой 23,2 млрд. рублей, в том числе на охрану здоровья (включая взносы по ДМС) – 4 млрд. руб, содержание и комплексное обслуживание объектов производственной социальной сферы – 7,6 млрд. руб, взнос ПАО «Роснефть» и дочерних обществ в

НПФ «Нефтегарант» в рамках программы негосударственного пенсионного обеспечения – 11,6 млрд. руб, прочие – 0,8 млрд. рублей. При этом расходы на финансирование социальной сферы регионов присутствия в рамках соглашений с регионами составили 9,5 млрд. руб, из которых самые крупные позиции – поддержка спорта (4,4 млрд, инвестиции в инфраструктуру населенных пунктов – 2,9 млрд, поддержка образовательных и научных учреждений – 1,1 млрд).

**Основные направления финансирования социальной сферы регионов, млн руб.**

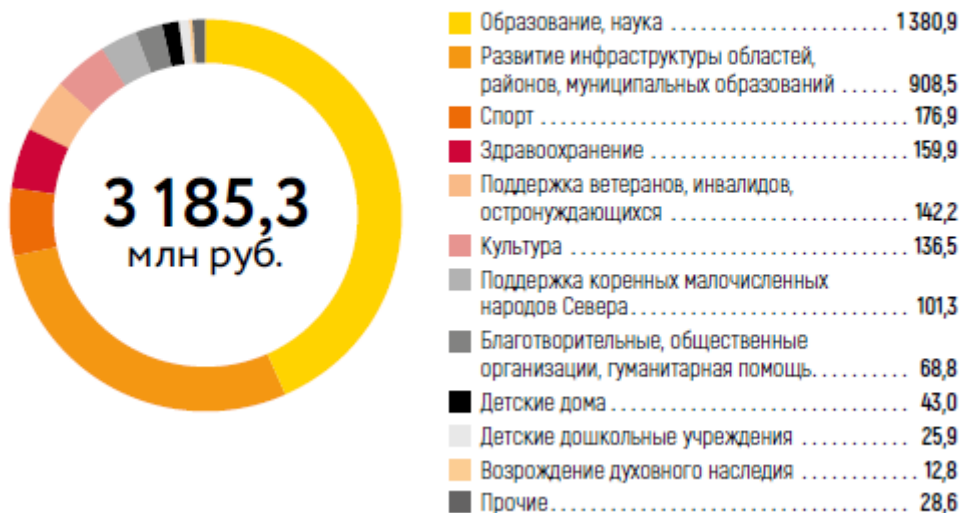


125

Расходы на благотворительность составили 3,2 млрд. руб, наиболее крупные позиции – образование (1,4 млрд) и развитие инфраструктуры (0,9 млрд), суммарные внешние социальные инвестиции – 12,7 млрд. рублей. Таким образом, корпоративные социальные расходы компании в два раза превысили ее внешние социальные инвестиции.



## Структура расходов на благотворительность в 2018 году, млн руб.



по отдельным благотворительным проектам не учитывают благотворительная деятельность, связанная с полугодовой отчетностью

### **Норильский Никель**

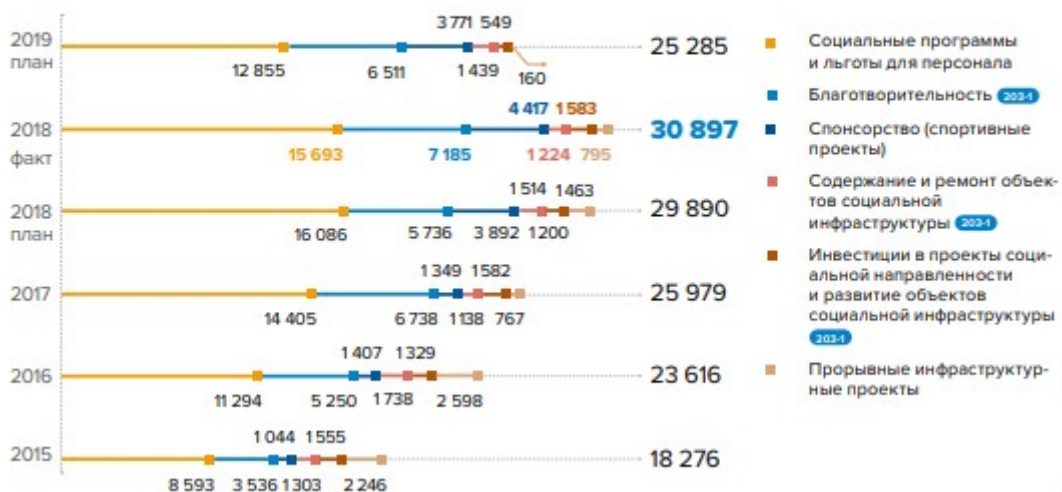
В составе социальных программ для персонала наиболее крупные статьи – жилищная программа (программа «Наш дом», в рамках которой компания софинансирует приобретения жилья для сотрудников в доле до 50% его стоимости, и программа льготного кредитования приобретения жилья – 6,3 млрд. руб), оплата проезда и провоза багажа сотрудников и членов их семей к месту отдыха и обратно (3,3 млрд. руб) и санаторно-курортное лечение и отдых работников и членов их семей (1,9 млрд. руб). В Компании для работников действуют также ДМС и корпоративная пенсионная программы.

СВЕДЕНИЯ О РАСХОДАХ НА СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ, МЛН РУБ.

Показатель	2018		2019
	план	факт	план
Санаторно-курортное лечение и отдых работников и членов их семей	2 040	1 947	1 818
Оплата работникам и членам их семей проезда и провоза багажа к месту отдыха и обратно	3 186	3 355	3 269
Пенсионные программы	1 186	961	1 220
Жилищные программы	6 760	6 252	3 113
Содействие в обустройстве на новом месте жительства вновь принятым работникам	345	209	322
Проекты социальной направленности для работников (развитие целевых групп, спортивные и праздничные мероприятия)	600	630	657
Добровольное медицинское страхование	238	347	826
Материальная помощь, выплаты пенсионерам, бывшим работникам и членам семьи работника	255	201	260
Прочие выплаты и затраты социального характера (оплата услуг здравоохранения, выплаты в связи с увольнением и др.). ВСХ без дороги	1 476	1 791	1 371
<b>Расходы на социальные программы и льготы для персонала</b>	<b>16 086</b>	<b>15 693</b>	<b>12 855</b>

Внешние социальные инвестиции (включая спонсорство спортивных мероприятий) составили 15, 2 млрд. руб. Таким образом, в случае Норильского Никеля имеет место паритет корпоративных социальных расходов и внешних социальных инвестиций. Если же из последних исключить расходы на спонсирование спортивных проектов, которые в значительной степени относятся к расходам имиджевого характера, то корпоративные социальные расходы в полтора раза превышают внешние социальные инвестиции.

РАСХОДЫ НА ПРОГРАММЫ СОЦИАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ, БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ И РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ, МЛН РУБ. 2015-9



## **Северсталь**

Расходы по соцпрограммам для персонала составили в 2018 году 876 млн. руб, или примерно 2% от фонда оплаты труда. Социальные программы включают санаторно-курортное лечение и оздоровление для сотрудников и их детей (220 млн. руб. в 2018 году), обеспечение медицинскими услугами через медсанчасть «Северстали» либо по программа ДМС, корпоративную пенсионную программу и программу поддержки пенсионеров, обеспечение услугами спортивных объектов.

Внешние социальные инвестиции компании в 2018 году составили 1,9 млрд. рублей, почти вдвое превысив корпоративные социальные расходы.

## **Металлоинвест**

Расходы на социальные программы для сотрудников составили в 2018 году 3 195 млн. руб.

Наиболее значимые статьи расходов – льготы на проезд и питание,

**Структура расходов на социальную поддержку в 2018 году в разбивке по направлениям**



Медицинское обслуживание, поддержку пенсионеров, организацию спортивных и культурных мероприятий для сотрудников.

Расходы на внешние социальные инвестиции – 5,3 млрд. руб., из них 73% - спорт. Если исключить из ВСИ расходы на спонсирование спортивных мероприятий и поддержку профессиональных спортивных команд, то корпоративные социальные расходы превысят внешние социальные инвестиции.

## НЛМК

Затраты на корпоративные социальные программы Новолипецкого металлургического комбината составили в 2018 году 2,44 млрд. руб, наиболее значительные статьи расходов – материальная помощь и выплаты непроизводственного характера, медицина и оздоровление, доставка сотрудников к месту работы за счет компании.

ЗАТРАТЫ НА СОЦИАЛЬНУЮ ПОДДЕРЖКУ СОТРУДНИКОВ РОССИЙСКИХ АКТИВОВ ГРУППЫ НЛМК ЗА 2018 ГОД В РАЗБИВКЕ ПО НАПРАВЛЕНИЯМ, %



На внешние социальные инвестиции было израсходовано около 290 млн. Рублей, основные направления инвестиций – выплаты ветеранам и пенсионерам, поддержка детского и массового спорта и социальная поддержка регионов присутствия. Корпоративные социальные расходы НЛМК на порядок превышают внешние социальные инвестиции.

ИНВЕСТИЦИИ ВО ВНЕШНИЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ, 2018 Г., %



## Сбербанк

В Сбербанке социальный пакет включает ДМС и возможность участия в корпоративной пенсионной программе для сотрудников, проработавших в компании не менее года. Расходы на эти цели составили в 2018 году 3,9 млрд руб, внешние социальные инвестиции группы - 4,9 млрд.

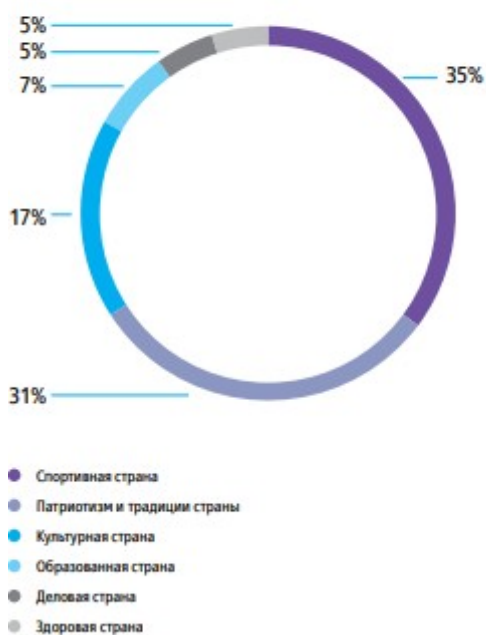
рублей, наиболее крупные статьи инвестиций – научные разработки и сохранение объектов культурного наследия (1,1 млрд. руб), образование (955 млн. руб, поддержка культуры (музеи, мероприятия, фестивали – 940 млн. руб), детские учреждения и инклюзивные среды ( 832 млн. руб). Внешние социальные инвестиции Группы на 20% превышают корпоративные социальные расходы.

### **Группа ВТБ**

Основная часть социального пакета для персонала ВТБ составляют добровольное медицинское страхование, страхование жизни и здоровья и корпоративная пенсионная программа. Расходы на эти цели составили в 2018 году 2,4 млрд. руб. Из них 58% - это доля ДМС. Расходы группы на благотворительность и спонсорство в 2018 году составили 16,8 млрд рублей, в том числе на благотворительность – 9,4 млрд. рублей.

Наиболее крупные статьи благотворительных и спонсорских расходов Группы – спорт (поддержка профессионального и массового спорта, спонсирование крупных соревнований, 35% от общей суммы расходов этого вида), патриотизм и традиции (финансирование съемок исторических фильмов патриотической направленности, культурно-просветительские мероприятия, поддержка семей погибших военнослужащих и людей в трудных жизненных ситуациях, поддержка гражданских инициатив – 31%), культура (выставки, театры, спектакли, кино и книги – 17%.

#### **Расходы банка ВТБ на благотворительность и спонсорство в разбивке по направлениям в 2018 году<sup>29</sup>**



Как и у Сбербанка, внешние социальные инвестиции ВТБ превышают корпоративные социальные расходы.

### **Ростелеком**

Компенсационный пакет сотрудников (129 тыс. чел) включает добровольное медицинское страхование, корпоративную пенсионную программу, в которую вовлечено около трети сотрудников группы, беспроцентные кредиты на приобретение жилья или компенсацию процентов по действующим ипотечным договорам (около 1000 в 2018 году). Затраты группы на помощь в приобретении жилья составили 273 млн. руб, пенсионные взносы – 69 млн. руб, расходы на ДМС не раскрываются. Расходы Группы на благотворительность в 2018 году – 193 млн. руб, основные направления – духовное наследие (40%), помощь уязвимым слоям населения (22%) и экология (18%).

193 320,18 тыс. рублей (с учетом ДЗО) –  
расходы на благотворительность в 2018 году.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ  
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ПОМОЩИ, %



ПАО «Ростелеком» реализует социальные проекты и программы.

Если учесть, что значительная часть корпоративных расходов компании на помощь в приобретении жилья носит возвратный характер, то корпоративные социальные расходы компании и внешние социальные инвестиции находятся примерно на одинаковом уровне.



## МЕГАФОН

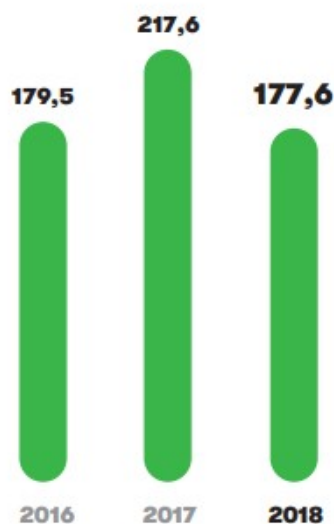
На корпоративные социальные программы компания потратила в 2018 году 899 млн. руб, наиболее крупные позиции расходов – добровольное медицинское страхование и страхование от несчастных случаев, компенсация расходов на мобильную связь и доплаты по больничным листам свыше минимального установленного законом уровня.

### Расходы на социальные программы и льготы в 2016-2018 годах, млн руб.



Внешние социальные инвестиции компании в 2018 году составили 178 млн. рублей, основные направления расходования средств – помощь детям-сиротам, специальные образовательные, культурные и спортивные проекты и помощь сотрудникам компании.

**Расходы на благотворительную деятельность в 2016–2018 годах, млн руб.**



**Расходы на благотворительную деятельность в 2018 году по направлениям, %**



Таким образом, корпоративные социальные расходы компании в 5 раз превышают внешние социальные инвестиции.

**Таблица 1. Расходы на социальные программы для персонала и внешние социальные инвестиции российских компаний**



компания	отрасль	численность работников, тыс.	расходы на соцпрограммы для персонала		внешние социальные инвестиции	
			всего, млн. руб	на одного работника, тыс. руб	всего, млн. руб	В расчете на одного работника, тыс. руб
Группа Газпром	нефть и газ	466	42 800	92	43 970	94
Роснефть	нефть и газ	325	23 200	71	12 700	39
Лукойл	нефть и газ	88	8 400	95	9 000	102
Норильский Никель	металлургия	75	15 700	209	15 200	203
Северсталь	металлургия	50	876	18	1 860	37
Металлоинвест	металлургия	44	3 195	73	5 300	120
НЛМК	металлургия	53	2 440	46	290	5
Сбербанк	банки	286	3 900	14	4 900	17
ВТБ	банки	80	2 400	30	16 800	210
Ростелеком	телекомы	129	273	2	193	1
Мегафон	телекомы	40	899	22	178	4

Как мы видим, расходы на социальные программы для персонала и внешние социальные инвестиции у большинства компаний из «тяжелых» по нагрузке на окружающую среду отраслей бизнеса (углеводороды, металлургия) находятся в рамках каждой компании примерно на сопоставимом уровне. Если говорить об удельных показателях внешних социальных инвестиций (в расчете на одного работника), то среди крупнейших нефтегазовых компаний этот показатель самый низкий у Роснефти, - в 2,5 – 3 раз ниже, чем у двух других компаний отрасли, имеющих сопоставимую с Роснефтью выручку. В секторе металлургии различия в удельных показателях между компаниями сектора гораздо сильнее, чем в добыче углеводородов. Рекордсменом как по внешним социальным инвестициям, так и по корпоративным социальным расходам в расчете на одного занятого является Норильский Никель, что не удивительно, поскольку основные производственные единицы компании расположены на Крайнем Севере - в зоне с тяжелыми условиями жизни. Если говорить о соотношении ВСИ и КСР у металлургических компаний, то картина весьма пестрая как в отношении их величины в расчете на одного работника, так и в плане соотношения внешних социальных инвестиций и корпоративных

социальных расходов. Особняком стоит НЛМК, имеющий очень низкий удельный показатель по внешним социальным инвестициям – примерно на том же уровне, что и телекомы.

Крупнейшие банки уступают компаниям добывающих отраслей по удельным показателям затрат на социальные программы. Исключение составляет лишь необычно большая величина внешних социальных инвестиций у ВТБ, что может быть объяснено высокой долей в их составе спонсорских расходов, которые лишь отчасти можно отнести к внешним социальным инвестициям. Самые низкие удельные расходы на внешние социальные программы у компаний телекоммуникационной отрасли, что вероятно обусловлено тем, что они близки к компаниям финансовой сферы по невысокой степени воздействия на окружающую среду, но располагают, по сравнению с крупнейшими банками, существенно более скромными финансовыми ресурсами.

## **9. БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ И ВНЕШНИЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ КРУПНЫХ КОМПАНИЙ НЕФТЕГАЗОВОГО, МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОГО СЕКТОРОВ И СЕКТОРА ГОРНОЙ ДОБЫЧИ**

### **9.1. Общая характеристика**

В целом на долю компаний нефтегазового, металлургического секторов и сектора горной добычи приходится около половины всего объема выручки 500 крупнейших компаний России и около 45% ВВП страны. Производственные структуры компаний этих секторов являются градообразующими либо крупными предприятиями в муниципальных образованиях, где расположены головные офисы предприятий, работники компаний и члены их семей составляют весомую долю населения этих муниципальных образований, из него рекрутируется значительная доля пополнения кадровых ресурсов. Уже одно это обуславливает важность для компаний деятельности по улучшению качества жизни и развития социальной инфраструктуры в регионах и муниципальных образованиях, где концентрируется их производственная деятельность, повышения качества сферы образования, системы здравоохранения, жилой среды. Устойчивое финансовое положение самих компаний этих секторов и аккумулируемые ими финансовые ресурсы позволяют реализовывать широкий круг программ и мероприятий, нацеленных на повышение качества жизни в регионах присутствия.

Существенным обстоятельством, обуславливающим вовлеченность этих компаний в решение социальных проблем регионов деятельности, является и необходимость поддержания хороших отношений с региональными и местными властями для успешного решения вопросов геологического изучения участков недр, выполнения проектно-изыскательских и строительных работ, упрощения процедур оформления

органами местного самоуправления документов на землеотводы, необходимых для осуществление производственной деятельности компаний, а также вопросов, связанных с компенсацией неблагоприятного экологического воздействия.

Наиболее крупные компании отрасли являются публичными акционерными обществами, придерживаются принципов устойчивого развития ООН и корпоративной социальной ответственности, на регулярной основе готовят и публикуют нефинансовую отчетность в соответствии со стандартами GRI, в которой дается информация о политике корпоративной социальной ответственности, целях внешних социальных инвестиций (ВСИ), расходах компаний на ВСИ, приводятся описания ключевых благотворительных программ. Некоторые компании, такие как Лукойл и Татнефть, реализуют часть объема ВСИ через корпоративные благотворительные фонды. В наиболее крупных компаниях политика и подходы к благотворительной деятельности регулируются документами, утвержденными высшими органами управления этих компаний, планирование и реализация благотворительных программ находится в ведении специально сформированных для этого отделов.

Для эффективного решения вопросов, связанных с развитием социальной сферы и повышения качества жизни на территориях производственной деятельности компании заключают договора о сотрудничестве с руководством соответствующих регионов и муниципальных образований. В этих договорах устанавливаются обязательства компаний по развитию социальной сферы территорий присутствия и встречные обязательств региональных и местных властей по созданию благоприятных условий деятельности компаний. У ПАО «Газпром» заключены 81 такой договор с правительствами регионами присутствия, у ПАО «Лукойл» - 27 договоров, у ПАО «Газпромнефть» - 26 соглашений с правительствами субъектов РФ и 20 соглашений с руководством муниципальных образований.

Крупные нефтегазовые, горнодобывающие и металлургические компании реализуют в регионах присутствия широкий круг социальных программ, охватывающий разнообразные сферы социальной жизни в регионах присутствия, включающие:

- повышение качества общего и профильного профессионального образования, что помогает получать хорошо подготовленное кадровое пополнение и привлекать наиболее талантливую молодежь. На местном уровне эта деятельность сконцентрирована в основном на общеобразовательных школах, на региональном и федеральном уровнях она включает также специализированные колледжи и профильные университеты. Поддержка включает оснащение современным лабораторным и технологическим оборудованием профильных для сферы деятельности компаний кафедр, повышение квалификации

профессорско-преподавательского состава стимулирующие стипендии и надбавки наиболее успешным студентам, аспирантам и преподавателям, привлечение для участия в преподавательской и исследовательской работе сотрудников компаний, проведение конкурсов исследовательских работ и т.п.

- создание условий для ведения здорового образа жизни, занятий спортом, полноценного культурного досуга, благоустройство жилой среды населенных пунктов – всего, что делает жизнь территорий деятельности компаний более привлекательной. Особый фокус как правило делается на мероприятиях, нацеленных на детей и молодежь;
- обучение жителей знаниям и навыкам, способствующим развитию предпринимательства на территории,
- поддержку и развитие волонтерской деятельности и социального предпринимательства;
- поддержку социально уязвимых слоев населения – детей-сирот и детей-инвалидов, престарелых, инвалидов
- поддержку традиционного образа жизни коренных малочисленных народов Крайнего Севера, проживающих в регионах деятельности компаний.

Влияние социальных инвестиций бизнеса на социальное развитие территорий присутствия определяется не только масштабом осуществляемых компаниями социальных инвестиций, но и качественными аспектами, выводящими социальную жизнь сообществ на новый, более высокий уровень. Это включает

- развитие технологий взаимодействия с заинтересованными сторонами территорий присутствия – властями и населением для установления приоритетных направлений и объектов для социальных инвестиций;
- отработку методов оценки эффективности реализуемых социальных проектов;
- акцент на системные проекты, благодаря которым происходят глубокие изменения в социальной сфере;
- повышение эффективности работы государственных учреждений социальной сферы – общеобразовательных школ, учреждений здравоохранения посредством «точечных инвестиций» в виде повышения квалификации работников, обучения новым образовательным технологиям, приобретению для учреждений современного оборудования и поддержки его освоения;
- создание условий для получения полноценного образования и активизации социальной жизни детей с особенностями развития, детей-сирот и взрослых-инвалидов – та сфера, в которой российские

государственные учреждения далеко отстали от уровня, достигнутого в развитых зарубежных странах;

- реализация программ развития и поддержки волонтерства среди сотрудников самих компаний и жителей территорий деятельности компаний, обогащающего социальную жизнь как персонала компаний, так и регионального сообщества;
- накопление опыта социальных преобразований и его использование для наиболее эффективного достижения социальных результатов, создание и применения каталога лучших социальных практик;
- развитие предпринимательских навыков и повышение экономической грамотности жителей регионов, благодаря чему достигается рост экономического потенциала территорий и происходит более интенсивное вовлечение жителей территорий в решение местных проблем;
- развитие грантовой деятельности в регионах, укрепление наиболее успешных НКО посредством привлечения их к реализации корпоративных социальных программ.

## **9.2 Кейсы: примеры социальных программ разной направленности добывающих и металлургических компаний**

### **9.2.1 Комплексная программа развития территорий присутствия - Родные города (группа Газпромнефть)**

В 2012 г. «Газпром нефть» объединила все свои социальные инициативы в рамках комплексной программы «Родные города» и перешла от поддержки отдельных проектов к концепции социальных инвестиций для системного роста качества жизни в регионах деятельности Компании. Сегодня «Родные города»—это одна из наиболее успешных инициатив российского бизнеса в области развития территорий. У программы крупный бюджет- 6,8 млрд. рублей в 2018 году, в рамках программы в 2018 году реализовано более 250 проектов.

Портфель социальных проектов программы формируется в партнерстве с региональными властями, некоммерческими организациями, местными жителями и сотрудниками «Газпром нефти», что позволяет Компании быть не просто спонсором, но инициатором позитивных изменений.

Инструменты реализации программы включают соглашения о социально-экономическом сотрудничестве с органами власти; собственные социальные проекты Компании; адресная корпоративная благотворительность; поддержка волонтерского движения; грантовые конкурсы.

Социальные инвестиции в рамках программы охватывают создание базовой социальной инфраструктуры в регионах деятельности,

комплексное улучшение городской среды, развитие образования, культуры, спорта с акцентом на детский спорт, формирование креативных индустрий, популяризацию науки в молодежной среде.

Конкретный набор инвестиционных проектов для каждого региона носит индивидуальный характер и устанавливается на основе анализа наиболее актуальных социальных проблем региона и оценки возможностей реализации инициатив в выявленных сферах. При отборе программ, помимо связи проектов со стратегическими приоритетами Компании, учитываются степень вовлеченности представителей заинтересованных сторон региона/территории в разработку и реализацию проекта, прогнозируемый эффект от реализации проекта и его уникальность.

В 2018 г. список инвестиционных проектов включил:

- строительство многофункционального спортивного комплекса «Ямал-Арена» в г. Салехарде и строительство крытого хоккейного корта в пгт Новоангарск,
- строительство жилых домов, скверов, ремонт и благоустройство школ и детских садов, в ряде муниципальных образований, где работает компания;
- совместную инициативу Правительства Омской области, школы «Шторм» и «Газпром нефти» по созданию открытых спортивных площадок, оснащенных современными тренажерами и снарядами для занятий на открытом воздухе. В общей сложности с 2014 г. в городе открыто пять спортивных площадок, на которых инструкторы школы «Шторм» регулярно проводят открытые мастер-классы для всех желающих. С 2019 г. в Омске планируется строить три подобных площадки ежегодно;
- Программу «МАСТЕРА РОССИИ» поддержки молодых предпринимателей, реализуемая совместно с Фондом «Креативные практики». Программа включает проведение серии исследований, форумов и образовательных интенсивов с фокусом на онлайн-медиа Mastera.Academy, дает возможность молодым бизнесменам бесплатно обмениваться опытом, развивать профессиональные компетенции и рассказывать о своем продукте широкой аудитории. Наиболее активные пользователи онлайн-медиа Mastera.Academy могут получить поддержку менторов для развития собственного бизнеса и принять участие в стажировках. В 2018 г. онлайн-курсы на портале Mastera.Academy прошли более 7 тыс. человек, а 13 предпринимателей из регионов России — стажировки в Финляндии и Санкт-Петербурге.
- Фестиваль уличного искусства «СТЕНОГРАФИЯ» - крупнейшее в стране стрит-арт-событие, в рамках которого художники превращают обычные городские постройки в арт-объекты. Масштабные рисунки

выполняются с учетом специфики города или региона, его культурно-исторических особенностей, воплощают понятные и близкие жителям мотивы и образы. Работы входят в престижные международные каталоги уличного искусства, в том числе в Google Arts & Culture. В 2018 г. «Стенография» подарила «родным» городам компании 38 новых локальных достопримечательностей;

- Программу «УМНОЖАЯ ТАЛАНТЫ». С 2015 г. «Газпром нефть» ежегодно проводит интеллектуальный турнир для одаренных школьников «Умножая таланты». Старшеклассники из регионов деятельности компании состязаются в решении кейсов по нефтегазовой тематике. В 2018 г. в турнире зарегистрировалось 2,6 тыс. участников, эксперты отобрали 106 лучших исследований для защиты на очных региональных этапах, а 24 лучшие команды поехали на финал в Санкт-Петербург.

**Развитие волонтерства.** Важным аспектом социальных инвестиций компании является широкое вовлечение в генерацию и реализацию проектов сотрудников на принципе волонтерства. В 2018 году 4 773 сотрудника «Газпром нефти» предложили идею, стали частью команды или реализовали собственный волонтерский проект в рамках специального корпоративного конкурса, на который поступило 157 заявок и по результатам которого были реализованы 84 проекта. Участие в волонтерском движении для сотрудников Компании – это возможность не только реализовать свою инициативу, но и развить навыки командной работы и проектного управления. Ключевые волонтерские проекты в 2018 году - сотрудничество с Центром социальной абилитации для взрослых людей с аутизмом «Антон тут рядом», Волонтеры – сотрудники Компании оказывают комплексную поддержку Центру, в том числе совместно со студентами Центра в течение года создают сувениры, которые становятся лотами благотворительного рождественского аукциона и ярмарок в офисах «Газпром нефти». Совместно с фондом «Рауль» волонтеры Компании поддерживают выпускников детских домов и школ-интернатов Санкт-Петербурга и Ленинградской области в вопросах социальной адаптации, трудоустройства и организации быта. За 2018 г. волонтеры «Газпром нефти» помогли 181 выпускнику, более 80 из них нашли постоянную или временную работу.

С 2014 г. «Газпром нефть» проводит Форум социальных инвестиций «Родные города» – ключевое ежегодное социальное событие Компании с участием российских и зарубежных экспертов, партнеров, победителей грантовых конкурсов и волонтеров. В 2018 г. главной темой Форума стала роль бизнеса в процессе социальных изменений. Впервые перед Форумом прошла двухдневная обучающая программа для лучших волонтеров Компании и победителей грантовых конкурсов, ключевые

темы обучения – формирование сообществ и коммуникационное продвижение социальных проектов.

### ***Оценка эффективности и масштабируемость проектов***

Компания ведет многосторонний мониторинг эффективности реализуемых в каждом регионе программ, используя экспертные опросы, собрания жителей, онлайн-голосование. Проекты с максимальным эффектом включаются в библиотеку лучших практик с возможностью адаптации и масштабирования в другие регионы. Система оценки эффективности проекта компания получила первое место в номинации «За подход к оценке социальных результатов благотворительных проектов и программ» в проекте Форума доноров «Лидеры корпоративной благотворительности 2018».

### **9.2.2 Инвестиции в развитие образования (ПАО «НК РОСНЕФТЬ»)**

Крупные компании-работодатели создают в школах на территориях присутствия профильные классы, в которых проводится профориентационная работа и углубленное изучение важных для будущего профильного образования дисциплин. В результате подобного «шефства» компаний помимо профориентационных целей, важных для кадровой политики компаний, происходит укрепление материально-технической базы общеобразовательных учреждений и повышения качества преподавания и освоения определенного блока дисциплин, ученикам также прививаются дополнительные навыки проектной и командной работы, проводятся дополнительные общеразвивающие образовательные программы, организуются спортивные и культурно-массовые мероприятия.

Специализированные «**Роснефть-классы**», создаваемые при поддержке Обществ группы ПАО «НК Роснефть», ориентированы на получение школьниками качественного общего среднего образования и продолжение обучения в вузах по инженерным направлениям подготовки, востребованным в нефтегазовой отрасли, а также последующее трудоустройство выпускников в Компанию. В 2018 году при поддержке Компании успешно функционировали 117 «Роснефтьклассов» в 62 общеобразовательных организациях, расположенных в 56 городах и поселках 26 субъектов Российской Федерации, в которых обучалось 2 762 школьника. Во всех «Роснефть-классах» обеспечивается дополнительное образование школьников по профильным предметам (химия, математика, физика, информатика) с привлечением преподавателей вузов-партнеров, проводится планомерная профориентационная работа.



В 2018 года Компанией была впервые проведена партнерская программа для одаренных учащихся «Роснефть-классов» на базе образовательного центра «Сириус» в Сочи. В конкурсном отборе на программу приняли участие 272 школьника из «Роснефть-классов». Программа включала проектную работу участников под руководством молодых ученых и инженеров Компании. Профильные школьные классы создаются в регионах присутствия также компаниями ПАО «Газпром» и ПАО «Газпромнефть».

**Взаимодействие с вузами.** Представители Компании участвуют в работе попечительских и наблюдательных советов 10 вузов-партнеров, а также фонда «Национальное интеллектуальное развитие», университетской гимназии МГУ им. М. В. Ломоносова и Российской академии образования. В 2018 году количество вузов, с которыми Компания заключила долгосрочные комплексные соглашения о сотрудничестве, выросло до 60. Соглашения с вузами позволяют активно развивать сотрудничество в области подготовки и переподготовки кадров, научной и инновационной деятельности, совершенствовать научно-образовательную инфраструктуру вузов для подготовки высококвалифицированных специалистов под актуальные потребности бизнеса, укреплять материально-техническую базу образовательных процессов. В 2018 году в рамках реализации соглашений о сотрудничестве с вузами продолжена работа 21 кафедры, обеспечено открытие двух новых базовых кафедр, в научно-педагогическую деятельность которых были вовлечены 78 работников Компании; продолжена реализация проектов по развитию инфраструктуры университетов, обеспечивающей повышение качества подготовки специалистов.

### **9.2.3 Программы поддержки предпринимательской активности в регионах и социального предпринимательства (СУЭК)**

Решение проблем моногородов и монопрофильных территорий невозможно без инициативы снизу, без активного участия и предпринимательской деятельности жителей. Чтобы стимулировать развитие необходимых навыков у молодежи, в 2015 году некоммерческая организация «Фонд социально-экономической поддержки регионов «СУЭК – РЕГИОНАМ» реализует ряд программ, направленных на развития предпринимательского потенциала на территориях деятельности компаний.

#### **«Экономический лагерь для школьников».**

Программа реализуется в шести регионах — Кемеровская область, Республика Бурятия, Красноярский край, Приморский край, Хабаровский край, Республика Хакасия — и включает: • проведение отборочного конкурса школьных бизнес-идей; • организацию на базе санатория

«Авангард» в г. Сочи специализированной двухнедельной смены лагеря, которая проходит в форме бизнес-игры и включает обучающие семинары, тренинги, деловые игры с акцентом на социальное предпринимательство, а также познавательные и досуговые программы;

- проведение конкурса бизнес-проектов, реализованных участниками в рамках лагеря.

**Программа «Молодое поколение: траектория успеха»** Отбор в экономический лагерь проходил в рамках программы «Молодое поколение: траектория успеха», цель которой — содействие личностному росту и предприимчивости молодежи. В результате участниками программы были разработаны и опробованы около 100 школьных бизнес-проектов:

- Кемеровская область: 15 проектов — производство сувениров и украшений, рюкзаков; развивающие занятия и мастер-классы для детей; фотоуслуги и др.
- Красноярский край: 21 проект, среди которых производство и реализация сельхозпродукции, сувениров и украшений; помощь на земельном участке; спортивные и развивающие мастер-классы для детей; компьютерные и фотоуслуги.
- Республика Хакасия: 19 проектов, в том числе по производству и реализации сувениров и украшений; изготовлению художественных и фотопортретов; обучению детей танцам; ремонту одежды и др.
- Республика Бурятия: 11 проектов. Среди проектов — разработка и организация познавательных квестов; производство и реализация декоративных предметов интерьера, игрушек, прохладительных напитков, косметики.
- Хабаровский край: 9 проектов, включая услуги интернет-дизайна и рекламы.
- Приморский край: 9 проектов, в том числе производство и реализация сельхозпродукции, косметики; услуги по присмотру и проведению активных игр с маленькими детьми; фото- и видеосъемка и монтаж; парикмахерские услуги.

### **Программа «Школа социального предпринимательства»**

Поддержка начинающих предпринимателей, которые вносят существенный вклад в развитие социальной сферы и сферы услуг в своих городах и поселках, осуществляется Фондом в рамках программы «Школа социального предпринимательства», реализуемой с 2013 года. В 2017 году действовали две школы — Дальневосточная и Сибирская. Каждая из них ориентирована на представителей муниципальных учреждений социальной сферы, некоммерческого сектора, предпринимателей, инициативных жителей территорий присутствия АО «СУЭК», желающих открыть свое дело. После предварительного отбора участники программы проходят обучающие семинары и тренинги, а также отчитываются о реализации своих проектов в ходе контрольных бизнес-проверок на местах. Результатом обучения является

разработанный бизнес-проект с выраженной социальной составляющей. Примеры проектов, разработанных участниками «Школы социального предпринимательства» и стартовавших в 2017 году:

- Школа безопасности жизнедеятельности для подростков;
  - Аптека в шаговой доступности для жителей отдаленного района поселка
  - Вокальная студия для школьников
  - Современные ритуальные услуги для жителей района
  - Парикмахерские услуги в шаговой доступности
  - Ремонт и пошив изделий из кожи с трудоустройством социально незащищенных граждан
  - Группа по изучению английского языка для дошкольников
- Участники школы подают свои социально-предпринимательские проекты на ежегодный межрегиональный конкурс «Созидание». Победители конкурса получают от Фонда «СУЭК-регионам» финансовую и организационную поддержку на старте.

#### **9.2.4 Детские и подростковые программы, нацеленные на решение острых социальных проблем и развитие подрастающего поколения (Северсталь, СУЭК)**

В портфелях социальных проектов большинства крупных компаний есть программы, нацеленные на поддержку детей с ограниченными возможностями, детских домов и интернатов, семей с детьми, находящимися в сложном материальном положении, предприятий и кабинетов медицинского обслуживания детского населения, программы развития детского спорта, приобщения к культуре и искусству. Примеры успешных программ такого рода.

В числе наиболее успешных социальных инициатив **компании «Северсталь»** — программы, ориентированные на поддержку семьи и детства. Координатором программ выступает Благотворительный фонд «Дорога к дому», созданный Компанией в 2005 году. В 2018 году в Череповце и в других городах присутствия Компании в рамках программы «Дорога к дому» выполнялись 40 социально значимых проектов, направленных на профилактику социального сиротства и правонарушений несовершеннолетних. Успех программы является наглядным результатом четырехстороннего партнерства государства, бизнеса, общества и СМИ. В межведомственное взаимодействие эффективно вовлечены администрации городов, комиссии по делам несовершеннолетних и защите их прав, отделы по делам несовершеннолетних при органах внутренних дел, органы опеки и попечительства, учреждения социальной сферы, коммерческие и некоммерческие организации. Благодаря систематической работе специалистов — психологов, семейных кураторов, юристов, домашних помощников, социальных работников — и использованию современных

восстановительных и медиативных технологий достигнут значительный социальный эффект.

В рамках программы в 2018 году более 16 тыс. человек получили различные виды помощи (психологическая, юридическая, социальная, гуманитарная, материальная) 2 313 детей (в том числе 1 923 — в Череповце) остались жить и воспитываться в родных семьях У 1 315 подростков (в том числе 515 — в Череповце) снижен риск совершения правонарушений В 1 240 семьях обеспечены безопасные условия проживания для несовершеннолетних. Для 44 приемных детей, воспитывающихся в замещающих семьях, снят риск вторичного отказа. В 11 квартирах, где проживают семьи с несовершеннолетними детьми, находящиеся в трудной жизненной ситуации, силами волонтеров сделан ремонт.

Социальные технологии, используемые в программах Благотворительного фонда «Дорога к дому», получили признание профессионального сообщества. В 2018 году Фонд президентских грантов профинансировал реализацию двух крупных проектов: «Вариативная система услуг присмотра и ухода за детьми до трех лет» и «Здоровая семья для ребенка». Опыт работы с семьями, затронутыми проблемами алкогольной зависимости, накопленный в программе «Дорога к дому», был представлен специалистам учреждений и некоммерческих организаций в 21 регионе Российской Федерации, в восьми регионах РФ данная модель была внедрена. Результатом проекта в том числе стало формирование межрегионального профессионального сообщества, использующего в работе сходные принципы и подходы. В июне 2018 года при поддержке компании «Северсталь» и Фонда президентских грантов в Москве прошла Всероссийская конференция «Опыт и роль НКО в решении проблемы социального сиротства», в которой приняли участие 120 некоммерческих организаций из 42 регионов РФ, получивших гранты Фонда президентских грантов. Специалисты некоммерческого сектора обменялись опытом и представили лучшие практики.

В программах, нацеленных на детей и молодежь, активно участвуют корпоративные волонтеры. Так, в 2018 году 20 сотрудников компании «Северсталь» проводили творческие конкурсы в реабилитационном центре для детей, страдающих ДЦП, общались с детьми и их родителями, совместно высаживали цветы в саду (Москва). В рамках акции «Соберем детей в школу» сотрудники Компании приобрели 40 портфелей для подопечных социального центра в Боровске и лично вручили их ребятам. Аналогичная акция прошла в Воркуте. В рамках Десятилетия детства, объявленного в России, в Череповце реализуется проект «Наставники»: волонтеры Компании проводят мастер-классы для детей, оставшихся без попечения родителей.

***Программа «Трудовые отряды СУЭК»***

«Трудовые отряды СУЭК» действуют во всех городах присутствия и обеспечивают сезонную занятость подростков в возрасте от 14 до 17 лет. Трудовые отряды являются эффективным инструментом профилактики правонарушений среди несовершеннолетних, а также поддержки малообеспеченных и многодетных семей. Дополнительной задачей является повышение престижа шахтерской профессии и содействие подросткам в профориентации. Партнерами Фонда по реализации программы являются агентства труда и занятости населения и органы местной власти. Благодаря такому тесному взаимодействию в 2017 году более 3000 подростков были трудоустроены в летний период и приняли участие в проектах по уборке и озеленению городских территорий, ремонту учреждений социальной сферы, приведению в порядок памятников и мемориалов.

В программе постоянно растет число участников: в 2015 году их было 1418; в 2016 - 2113, в 2017 – уже более 3000.

Набор в отряды ведется на конкурсной основе, преимущество имеют ребята, которые активно, на постоянной основе участвуют в общественной жизни своих городов и районов. В 2017 году главные темы конкурса — защита окружающей среды, комплексное благоустройство, озеленение шахтерских регионов. Авторы лучших проектов в марте были зачислены в трудотряды, а летом получили поддержку Фонда для реализации своих идей.

Организаторы программы заинтересованы в том, чтобы ребята, которые участвуют в проекте, не просто убирали мусор или высаживали деревья, но и развивали свои способности к лидерству, к командной работе. Большое внимание уделяется развитию навыков реализовывать идеи «под ключ» — от замысла до воплощения.

Результаты деятельности «Трудовых отрядов СУЭК» в 2017 году:

- 250 000 м<sup>2</sup> городской территории в Мурманске приведено в порядок;
- в зимний период расчищены от снега и льда дороги и пешеходные переходы в городах Кемеровской области
- сделан ремонт школы, поселковых библиотек, Дома культуры, стадионов в поселках Новошахтинский и Липовцы (Приморский край)
- очищена от мусора прибрежная зона Енисея в Республике Хакасия.

### ***Программа «Лыжи мечты» (при поддержке СУЭК)***

Программа направлена на оказание социальной помощи и содействие адаптации людей с диагнозом ДЦП и другими ограниченными возможностями здоровья. Реализуется в Кемеровской области и Красноярском крае. В Мурманске было проведено обучение тренеров, необходимое для запуска программы в городе в 2018 году. Партнером Фонда выступает Центр социальной помощи и адаптации для людей с

диагнозом ДПЦ и другими ограниченными возможностями здоровья «Лыжи мечты» Сергея Белоголовцева. В 2017 году в программе появилось летнее направление — «Лыжи мечты. Ролики», которое предусматривает использование специальных роликов вместо горнолыжного оборудования. Под потребности летней программы адаптированы горнолыжные ботинки, также используются скивилы, беговелы и другие приспособления. Особое оборудование позволяет удерживать равновесие детям с тяжелыми физическими нарушениями. В состав первой группы программы «Лыжи мечты. Ролики» вошли пятеро ребят из города Полысаево. Дети и сопровождающие их родители высоко оценили эффект нового вида занятий как в физическом укреплении, так и в повышении самооценки.

Дети-инвалиды из Красноярска получили в июле 2017 года сертификат на занятия по программе «Лыжи мечты». Фондом были заказаны специальные сноу-слайдер и комплекты ski-bra, а также оплачены подготовка обучение тренеров по специальной программе по работе с детьми, согласование и подготовка спортивной площадки для занятий на базе спорткомплекса «Солнечный». 29 ноября 2017 года прошли соревнования по терапевтическому роликовому спорту «Старты мечты», организованные Сергеем Белоголовцевым для детей с ограниченными возможностями здоровья. Сотрудники Компании выступили в роли волонтеров. Необычные гонки прошли в Москве в развлекательном центре «Роллердром». Это был настоящий спортивный праздник для детей с тяжелыми диагнозами нарушения здоровья — ДЦП, синдромом Дауна, нарушением слуха и зрения.

**В рамках программы «Иллюстрированные книжки для маленьких слепых детей»** корпоративного благотворительного фонда Лукойл издаются рельефные книги для слабовидящих детей. Подобные книги помогают незрячим детям образно воспринимать окружающий мир, получать необходимые знания, знакомят их с лучшими образцами детской и классической литературы. Они создаются с учетом особенностей зрительного и тактильного восприятия изображений. Ежегодно Фонд приобретает новые комплекты книг и пополняет библиотеки специализированных детских учреждений Санкт-Петербурга, Перми и Пермского края, Когалыма, Лангепаса, Урая, Ростова-на-Дону, Казани, Самары, Буденновска, Волгоградской, Астраханской, Калининградской, Вологодской, Нижегородской областей, Республики Коми и других регионов.

Фонд на постоянной основе поддерживает многочисленные учреждения для детей-сирот и детей с ограниченными возможностями.

## **10. ВНЕШНИЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ БАНКОВ И ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ**

## **10.1. Общая характеристика**

Филиальные сети крупных банков и телекоммуникационных компаний присутствует во всех регионах и большинстве муниципальных образований России. В отличие от структур нефтегазовых и горнодобывающих компаний, банки и телекомы на территориях присутствия не являются ни градообразующими, ни (в большинстве случаев) даже крупным работодателем. По-видимому, с этим обстоятельством связана общая направленность внешних социальных программ этих компаний: они включают не создание материальных объектов социальной инфраструктуры, но создание новых видов социальной поддержки и инициатив на существующей материальной инфраструктуре. Внешние социальные инвестиции этих компаний сосредоточены на следующих основных направлениях:

- помощь детским домам и интернатам, в первую очередь в обучении и социализации, используя возможности онлайн и интернета;
- развитие детского спорта, в том числе для детей с ограниченными возможностями и детей-инвалидов
- программы развития и поддержки юных талантов
- поддержка спорта и здорового образа жизни для всех возрастных категорий;
- Спонсирование учреждений культуры
- Спонсирование крупных фестивалей, выставок, гастролей федерального уровня
- Значительным направлением деятельности этих компаний является также традиционная финансовая поддержка социальных учреждений – детских домов, интернатов, детских больниц.
- Специфическим вкладом компаний этой отрасли является разработка цифровых инструментов для привлечения благотворительных пожертвований и мобильных приложений для инвалидов

## **10.2. Кейсы: примеры социальных программ разной направленности банков и компаний телекоммуникационной отрасли**

### ***10.2.1 Детские программы с использованием возможностей интернета (ПАО МТС)***

«**Поколение М**» - благотворительная платформа для развития детских талантов – флагманский социальный проект компании Мобильные телесистемы. Цель проекта — с помощью современных цифровых технологий дать российским детям, независимо от места жительства и достатка семьи, равные возможности для творческого развития и личностного роста. На виртуальных творческих площадках проекта —

сайте pokolenie.mts.ru, в группе в «ВКонтакте» и на странице в Instagram — дети со всей страны могут проявить таланты, участвуя в конкурсах, онлайн-мастер-классах и интерактивных упражнениях от российских звезд по разным направлениям. В творческую группу «Поколения М» входит больше 150 признанных мастеров: педагоги Государственной Третьяковской галереи, продюсерский центр «Эколь», Борис Грачевский и киножурнал «Ералаш», студия «Непоседы», певица Полина Гагарина, модельеры Вячеслав Зайцев, Игорь Гуляев и другие.

Победители конкурсов «Поколение М» получают широкие возможности: от стажировок на крупнейших анимационных и киностудиях России до выхода на большую сцену вместе со звездами и выставок собственных работ в известнейших музеях. За четыре года победителями и призерами «Поколения М» стали 350 детей из 67 регионов страны, для каждого из которых проект стал творческим трамплином.

В рамках проекта используются инновационные механизмы филантропии, нацеленные на развитие движения юных благотворителей: все активности в группах и на сайте «Поколения М» конвертируются в «живые деньги», которые компания МТС переводит на лечение тяжелобольных детей.

Проект «Поколение М» представил Россию в глобальной программе «Case for Change» международной ассоциации мобильных операторов GSMA, в рамках которой отбираются и продвигаются по всему миру лучшие проекты по решению глобальных общественных проблем посредством технологий.

***Дети в интернете.*** Цель проекта - дать школьникам наиболее полное представление как о положительных, так и об отрицательных сторонах использования интернета.

Семь правил безопасности показаны через семь историй, каждая из которых раскрывает одну из опасностей интернет-среды и учит ребенка выходить из кризисной ситуации. После посещения урока ребята закрепляют полученные знания в игровой форме — проходят занимательный квест. Всего за семь лет в программе приняло участие более 400 тыс. учеников из 40 регионов России, программа зарекомендовала себя как надежное и эффективное средство повышения цифровой компетентности учащихся начальной школы.

В 2018 году интерактивные выставки «Дети в интернете» и уроки прошли в регионах Дальнего Востока: Хабаровске, Комсомольске-на-Амуре, Южно-Сахалинске, Петропавловске-Камчатском, Магадане и Приморском крае. Всего в офлайн-мероприятиях приняло участие более 12 000 детей, родителей и учителей. Активную поддержку проекту «Дети в интернете» в 2018 году оказали региональные министерства образования, министерства культуры, общественные организации.



**Мобильный театр сказок.** В рамках проекта, существующего с 2012 года, проводится 80 мероприятий в год в подшефных детских домах, социальных центрах, больницах. В репертуаре театра 15 спектаклей, за 2018 год были созданы 4 новых спектакля. В настоящее время труппы «Мобильного театра сказок» работают в Москве, Краснодаре, Санкт-Петербурге и

Ульяновске. Ключевыми событиями 2018 года стали фестиваль волонтерских театров кукол «Кукла Fest», собравший более 600 воспитанников из детских социальных учреждений из Москвы, Московской области и регионов, кинофестивали в Смоленске и Нижнем Новгороде, организованные благотворительным фондом «Детский КиноМай» при поддержке Группы МТС. Новым опытом 2018 года стала возможность показать спектакли для детей с инвалидностью по слуху и зрению с привлечением сурдопереводчика.

### **10.2.2. Программы поддержки культуры и искусства (МТС, Альфа банк, Сбербанк)**

**«Культурный код»** - волонтерская программа сотрудников компании Мобильные телесистемы, целью которой является сохранение и поддержка уникальных для территорий культурных ценностей и инициатив: творческих технологий, памятников культуры, ремесленных школ и уникальных мастеров, инициативных местных сообществ и движений и самобытных региональных мероприятий, выставок, арт-объектов.

В 2018 году проект прошел в 18 регионах страны. В рамках проекта МТС выступила партнером старейшего в России Калининградского зоопарка и фестиваля горлового пения в Туве, установила бесплатную городскую станцию велоремонта в Чебоксарах, организовала крокетную площадку в Липецке и выполнила архитектурную подсветку сторожевой башни в Чечне. В 2019 году планируется расширение географии проекта до 40 регионов.

**Национальная литературная премия «Большая книга».** Альфа банк – один из учредителей этой крупнейшей литературной премии в России и СНГ по размеру призового фонда и третьей в мире по этому показателю. Цель премии — поиск и поощрение авторов литературных произведений, способных внести существенный вклад в художественную культуру России, повышение социальной значимости современной русской литературы, привлечение к ней читательского и общественного внимания.

**Спонсорская поддержка событий в сфере искусства** (ПАО Сбербанк). Сбербанк традиционно поддерживает ведущие российские театры и уже на протяжении 16 лет является партнером национального театрального фестиваля «Золотая Маска». С 2010 года банк оказывает поддержку Московскому международному молодежному фестивалю —

конкурсу циркового искусства; на протяжении последних трех лет выступает партнером фестиваля молодой режиссуры «Артми — грация» Союза театральных деятелей России. В рамках поддержки музейной деятельности в 2018 году Сбербанк выступил партнером выставки «Рембрандт и его эпоха. Шедевры Лейденской коллекции», крупнейшего частного собрания голландской живописи в мире. За время работы выставки ее посетило более 1 млн человек.

### **10.2.3 Проекты, направленные на развитие физической культуры, массового и детского спорта (ПАО ВТБ, Ростелеком)**

Программа поддержки профессионального спорта и развития физической культуры **Спортивная страна** (банк ВТБ ). В рамках программы в 2018 году реализовано 25 проектов разного масштаба, от «Формула-1» и «ВТБ Кубок Кремля» до Камчатской традиционной гонки на собачьих упряжках «Берингия – 2018». Банк ВТБ с 2006 года является генеральным спонсором Федерации спортивной гимнастики России, титульным спонсором Единой баскетбольной лиги ВТБ, созданной совместно с Российской федерацией баскетбола в 2008 году, генеральным спонсором Ассоциации студенческого баскетбола (АСБ) – крупнейшей студенческой баскетбольной лиги Европы, в которую входят 800 мужских и женских команд из 476 высших и средних специальных учебных заведений 70 регионов России.

**Программа «Звездная дорожка»** поддержки детского фигурного катания ПАО «Ростелеком» совместно с Федерацией фигурного катания на коньках России (ФФККР). ФФККР в рамках проекта проводит мастер-классы для начинающих фигуристов в регионах России всех федеральных округов. Благодаря проекту дети получают уникальную возможность продемонстрировать свои способности и навыки перед известными тренерами, получить ценные советы и, возможно, путевку в большой спорт. Мероприятия программы прошли в более чем 50 городах, по результатам мастер-классов начинающих спортсменов вместе с тренерами приглашают в Москву на «Кубок Ростелекома» (Rostelecom Cup) — российский этап серии соревнований Гран-при по фигурному катанию (ISU Grand Prix) и крупнейшие международные соревнования, которые регулярно проходят на территории РФ. Фигуристы живут в одном отеле со спортсменами, перемещаются на официальном транспорте турнира, посещают соревнования и утренние тренировки участников Гран-при, для них проводятся минисеминары со знаменитыми спортсменами и тренерами.

### **10.2.4. Программы для детей-сирот и детей и взрослых с ограниченными возможностями здоровья**

**Проект РОСТ** онлайн-образования для воспитанников детских домов (ПАО Ростелеком в сотрудничестве с АНО «РОСТ»). Для проекта были разработаны специальные электронные учебники, сочетающие текст и

обучающий мультимедийный материал (видеоуроки, аудио- и видеокomentarии учителя). В проект вовлечены высокопрофессиональные преподаватели из разных регионов России, которые готовят учеников к успешной сдаче единых государственных экзаменов (ЕГЭ). В проекте дистанционного обучения также участвуют волонтеры и преподаватели из Германии, Голландии, Франции и США. Использование передовых технологий онлайн-образования позволяет добиваться высокого процента сдачи ЕГЭ для детей-участников программ. В 2018 году участниками программы стали 170 человек из 22 детских домов, 69 из них успешно сдали государственные экзамены.

По итогам 2018 года проект получил грант Президента РФ в номинации «Поддержка проектов в области науки, образования». Благодаря гранту программа на 2019 год предусматривает включение десяти новых детских учреждений в пяти регионах РФ. Планируется расширить образовательную поддержку на детей в приемных семьях и детей, поступивших в колледжи и вузы.

**Проект по изданию цветных рельефных книг для детей с нарушением зрения (при поддержке ПАО «Ростелеком»).** В рамках проекта для детей дошкольного и младшего школьного возраста с особыми образовательными потребностями издаются и распространяются на безвозмездной основе полисенсорные книжки. Книжки содержат тактильные вставки, объемные и подвижные конструкции, к ним прилагаются электронные устройства «Читающий карандаш», трехмерные сказочные игровые наборы и красочные пакеты-декорации. В 2018 году в рамках программ фонда и при поддержке партнеров (одним из которых является Ростелеком) более девяти тысяч детей из 160 населенных пунктов в 85 регионах России получили новые комплекты книг, подготовленные на основе результатов научных исследований зрительного, тактильного и слухового восприятия детей с ограниченными возможностями здоровья. Мероприятия прошли в 380 специализированных учреждениях и 185 библиотеках, 120 детям книги были отправлены на дом.

Проект включен в программу Всемирного десятилетия развития культуры ООН и ЮНЕСКО

**Соревнования по футболу «Будущее зависит от тебя»,** организуемое среди команд детских домов и школ-интернатов – флагманский проект МегаФона в части поддержки детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей и самый масштабный проект, направленный на их физическое развитие, социализацию и семейное устройство. Расходы на реализацию проекта – 102 млн. руб. В 2018 году в соревнованиях участвовали более 4 тыс. детей со всей России.

В 2018 году в Москве, накануне чемпионата мира по футболу, в рамках проекта впервые в истории прошли международные соревнования по футболу среди детей-сирот, в которых приняли участие 24 команды из 21 страны – по 12 команд юношей и девушек в возрасте от 14 до 17 лет.

**Доступность культурных мероприятий для посещения людям с ограниченными возможностями (ПАО Сбербанк).** Сбербанк на протяжении ряда лет выступает партнером Фестиваля кино о науке и технологиях «Политех360», проходящем на площадке Политехнического музея. В рамках фестиваля транслируются актуальные документальные фильмы о самых разных аспектах развития общества. С помощью приложения «Искусство. Вслух» фестиваль адаптирован для просмотра фильмов незрячими и слабовидящими людьми. Аудитория фестиваля в 2018 году превысила 7 тыс. человек.

Сбербанк также совместно с Пушкинским музеем реализует проект «Видеть невидимое» — выставку тактильных картин — рельефных копий знаменитых произведений искусства для людей с ограниченными возможностями зрения. В 2018 году выставка была открыта в 7 городах России.

**Проекты, направленные на развитие доступности спорта для людей с ограниченными возможностями здоровья (ПАО «МЕГАФОН»):**

- **развитие бочча** (Бочча – один из немногих видов спорта, позволяющих спортсменам с самыми тяжелыми формами ДЦП проявить себя). Проект реализуется Мегафоном в партнерстве с несколькими благотворительными фондами. Масштаб проекта - более 70 городов, охват – свыше 3 тыс. детей и подростков;

- проект **«воспитать чемпиона»** совместно с фондом Римы Баталовой «Молодость нации» проводится с 2014 года и поддерживает занятия спортом детей с инвалидностью в Республике Башкортостан (охват в 2018 году более 2 тыс. детей и подростков)

- **Megafon DreamCup** - ежегодный международный турнир по теннису на колясках, единственный в России серии ITF Wheelchair Tennis Tour (количество участников в 2018 году – 36 человек из 5 государств).

## **11. МЕЖДУНАРОДНЫЕ И ЗАРУБЕЖНЫЕ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ**

Ряд крупных российских компаний, имеющих дочерние компании в зарубежных странах, реализуют благотворительные программы на территориях зарубежного присутствия, демонстрируя приверженность концепции глобального корпоративного гражданства. Также спонсируются выставки художественных объектов, фестивали, гастроли

и спортивные мероприятия в России, предусматривающие привлечение иностранных участников, и мероприятия культурной, выставочной и спортивной направленности с российским участием за рубежом. Ценность подобных проектов, помимо позиционирования России как цивилизованной страны, компании которой привержены прогрессивным международным практикам, также в освоении зарубежного опыта благотворительности.

### **Кейсы международных и зарубежных программ**

**ФЕСТИВАЛЬ РУССКОЙ МУЗЫКИ KUSTENDORF CLASSIC.** Ежегодно в Сербии проходит фестиваль русской классической музыки, основателем и бессменным руководителем которого является всемирно известный режиссер Эмир Кустурица. Фестиваль учрежден в 2013 г. и с момента основания проводится совместно с компанией «Газпром нефть», а его главная идея – поддержка молодых музыкантов и развитие культурных связей между Россией и Сербией. В программу входит конкурс юных музыкантов, мастерклассы и выступления мировых звезд классической музыки, таких как дирижер Валерий Гергиев и пианист Денис Мацуев. В конкурсной программе шестого фестиваля приняли участие 27 российских молодых музыкантов из регионов деятельности Компании.

**Международный детский хоккейный турнир «Кубок Газпром нефти»**, учрежденный в 2007 г., — ключевой проект компании в сфере поддержки детского спорта, крупнейшее в мире некоммерческое хоккейное соревнование в возрастной категории до 11 лет. За ходом соревнований следят крупнейшие спортивные телеканалы, радиостанции и интернет-порталы, все матчи транслируются в прямом эфире с профессиональными комментаторами. В турнире 2018 г. приняли участие 26 клубов из шести стран. В 2019 г. к клубам из России, Белоруссии, Германии, Казахстана, Латвии и Финляндии присоединятся команды из Австрии, Китая, Словакии и Чехии.

**В Курдском автономном регионе Республики Ирак** «Газпром нефть» реализует социальную программу, приоритет которой – трудоустройство местных жителей на предприятия «Газпром нефти» и ее подрядчиков, а также подготовка местных профессиональных кадров для нефтегазовой промышленности. В рамках данной программы 16 курдских студентов и три аспиранта проходят обучение в ведущих нефтегазовых вузах России. В 2018 г. в Компании и в подрядные организации трудоустроены более 400 местных жителей. В число реализованных социальных проектов 2018 г. вошли электрификация деревень Хасира и Мил-Касим, реновация спортивных и детских игровых площадок, закупка медицинского оборудования и медикаментов для больницы г. Саркалы

**Фестиваль кинематографических дебютов «Дух огня»** С 2007 г. «Газпром нефть» — генеральный партнер единственного в стране международного фестиваля кинематографических дебютов «Дух огня», который проходит в Ханты-Мансийске. Президентом и идейным вдохновителем фестиваля является известный кинорежиссер Сергей Соловьев, автор «Ассы» и «Ста дней после детства». Авторитет основателя, уникальность места проведения и особая творческая атмосфера привлекают на фестиваль мировых звезд — Катрин Денев, Фанни Ардан, Пьера Ришара, Венсана Переса и других. «Дух огня» — единственный российский фестиваль кинематографических дебютов. Здесь впервые показали фильмы «Бумер», «Жара», «Итальянец», «Как Витька Чеснок вез Леху Штыря в дом инвалидов» и другие картины, которые впоследствии стали успешными и резонансными в российском прокате.

**Мероприятия российской культуры в Катаре.** В 2018 году в рамках перекрестного года культуры Россия-Катар ПАО «НК «Роснефть» стала генеральным партнером выставки коллекций картин Государственной Третьяковской Галереи «Русский авангард: пионеры и «наследники по прямой» и организовала концерт хора Сретенского монастыря. Оба мероприятия прошли в столице Катара – Дохе.

В рамках осуществления благотворительной деятельности в регионах производственной в 2018 году ПАО «НК «Роснефть» реализовало ряд благотворительных проектов в Бразилии, Монголии и Вьетнаме. Средства были направлены на организацию медицинского лечения, оказания медицинских услуг социально незащищенным категориям граждан, в том числе страдающих от врожденных сердечных заболеваний; реализацию программ, направленных на профилактику простудных заболеваний и охрану здоровья, питания, и физического развития детей и подростков. Также финансирование осуществлялось для целей развития социальной инфраструктуры и содействия деятельности в области образования и науки.

**Международная программа Alfa Fellowship** - программа профессиональных стажировок молодых специалистов из США, Великобритании и Германии, дающая возможность ее участникам пройти стажировку в государственных и общественных учреждениях, а также в крупных частных компаниях России. Цель программы— развитие и укрепление социально-культурных связей между Россией и Западом. Вернувшись из России, выпускники программы продолжают свою карьеру на руководящих позициях в частных компаниях и государственных структурах своих стран. Это позволяет им влиять на процесс принятия решений в вопросах, связанных с экономическим,

правовым и политическим взаимодействием с Россией, как экспертам, имеющим практический опыт работы в этой стране.