Лидеры корпоративной благотворительности 2016

Приз: «За подход к оценке результатов благотворительных проектов и программ»

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

Победитель: Алкоа Россия

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

Технология выбора победителя и лауреата – см. Таблицу 1, а также подробную информацию ниже.

№ п/п	**Задача (этап отбора)**	**Критерии отбора**	**Источник**	**Всего, решение**
1	Список соискателей звания победителя и лауреата (лонг-лист)	Компании, набравшие 8 и более баллов по вопросам 24, 29-30, 31.	Таблица оценок экспертов жюри Конкурса	18 компаний
2	Список соискателей звания победителя и лауреата (шорт-лист)	Компании, набравшие 9 и более баллов по вопросам 10, 24, 29-30, 31.		1 компания (Алкоа Россия)
3	Верификация (повторная проверка) всех компаний лонг-листа с точки зрения сути приза	По совокупности критериев отбора (см. ниже).	Документы, представленные компаниями на конкурс. При необходимости – запрос дополнительных материалов.	
3.1.	Если компания(и) из шорт-листа не соответствует критериям отбора этапа 3 – переход в лонг-лист			Отсутствие такой ситуации. Алкоа Россия соответствует критериям отбора победителя. Ее позиции лучше всех относительно иных 17 компаний лонг-листа
3.2.	Если компания из лонг-листа представила сведения, демонстрирующие ее большее соответствие сути приза, чем компания из шорт-листа – переход в список компаний шорт-листа			Отсутствие такой ситуации
3.3.	Выбор компании-лауреата			ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен»

Подробная информация о технологии выбора победителя приза и лауреата

На первом этапе проходило формирование лонг-листа компаний победителей и лауреатов.

Из числа заявок, поданных на Конкурс «Лидеры корпоративной благотворительности» в 2016 году, были отобраны только те, где эксперты жюри Конкурса поставили высокие баллы по трем вопросам, которые характеризуют принятые в компании практики оценки благотворительной деятельности:

1) *Вопрос 24.* Используете ли вы оценку в своей благотворительной деятельности? Пожалуйста, опишите, как осуществляется процесс оценки в Вашей компании. (более 8 баллов);
2) *Вопросы 29-30.* Укажите, какие измерители вы используете для оценки эффективности и социального воздействия своих благотворительных проектов и программ. Пожалуйста, опишите количественные и качественные результаты благотворительной деятельности вашей компании в целом (более 8 баллов);
3) *Вопрос 31.* Пожалуйста, укажите, на что влияют результаты оценки благотворительных программ? Как компания использует полученную информацию? (более 8).

Учитывая то, что оценки экспертов субъективны, то в случаях, если расхождение в ответах экспертов по одному и тому же вопросу было 3 и более балла между самым низким баллом и следующим за ним, то такой ответ не учитывался при расчетах.

Пример, по вопросам 29-30 эксперты жюри поставили следующие баллы компании «Ростелеком»: 9, 8, 5, 9. «5» - минимальная оценка, следующая – 8. Разница между 5 и 8 составляет 3 балла. Решение: оценка «5» не учитывается, средний балл составляет 8,7, а не менее 8 баллов.

По результатам осуществленного отбора был составлен *лонг-лист*, в который вошли *18 компаний.*

На втором этапе на основе лонг-листа был сформирован шорт-лист победителей приза.

Технология:

1) более высокие баллы, выставленные экспертами жюри, за «оценочные» вопросы, указанные в этапе 1 (вопросы 24, 29-30 и 31) – не менее 9 баллов;
2) высокий балл за «стратегический» вопрос 10 (Существует ли политика/стратегия ведения благотворительной деятельности в компании? Если «да», то в каком документе (документах) она сформулирована?) – не менее 9 баллов.

В результате, в *шорт-лист* победителей приза вошла только одна компания – *Алкоа Россия*.

На третьем этапе проходила верификация всех компаний из шорт-листа и лонг-листа, с целью выбора компании – победителя приза, а также компании-лауреата приза.

На этом этапе осуществлялась повторная проверка **всех 18 компаний из лонг-листа** – детальный анализ документов, представленных ими на Конкурс (анкеты и иные сопроводительные документы).

В анкетах Конкурса помимо четырех указанных выше вопросов, уделялось внимание также ответам на следующие вопросы:

1) Вопрос 21. Как проходит процесс отбора отдельных проектов для финансирования? Каковы критерии отбора?
2) Вопрос 27. Используете ли вы внешних экспертов для оценки результатов программ и проектов, поддержанных в рамках благотворительной деятельности?
3) Вопрос 31-1. Приведите пример. [Как компания использует информацию, полученную в ходе оценки?]

Критерии выбора победителя и лауреата приза

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

1. Документально зафиксированы:
   - Конкретные, измеримые цели, на достижение которых направлена деятельность компании, план и способы оценки их достижения;
   - Принципы и порядок проведения мониторинга и оценки эффективности благотворительной программы (проекта). Свидетельства того, что процесс измерения и оценки результатов благотворительной деятельности носит системный и регулярный характер.
   - Принципы и критерии отбора проектов / программ для поддержки (в т.ч. в открытом доступе).
2. Эффективно используются результаты проведенной оценки для улучшения своей благотворительной деятельности (желательна также их публикация и обсуждение).
3. Есть свидетельства активного вовлечения благополучателей на различных этапах планирования и оценки благотворительной деятельности (оценка потребностей, оценка социального воздействия, регулярный сбор обратной связи от благополучателей и пр.).

В случае, если бы по результатам анализа документов, компания из шорт-листа продемонстрировала бы меньшее соответствие выше обозначенным критериям, было бы принято решение о ее исключении из шорт-листа победителей и замену на другую компанию из лонг-листа.

По совокупности критериев третьего этапа:

- **Алкоа Россия** подтвердила статус лидера и признана **победителем приза**;
- **ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен»** признана **лауреатом приза**.

Ниже представлены аргументы в пользу выбора данных компаний.

Алкоа Россия – победитель приза

1. На сайте компании опубликованы стратегические цели в области устойчивого развития, а также прогресс, достигнутый к концу 2015 года. Например, «40% сотрудников в региональном или бизнес-подразделении должны принимать участие в корпоративных волонтерских программах ACTION, Bravo!, Alcoans in Motion или Месяц Служения Обществу» (http://www.alcoa.com/russia/ru/info_page/2020_Framework.asp).
2. У компании есть четкие тематические приоритеты направлений благотворительной деятельности. Их выбор обусловлен теми областями, где сама компания может быть экспертом, исходя из своего опыта и знаний и где она может добиться значимых улучшений. Такими направлениями являются Образование и Охрана окружающей среды.
3. В описании благотворительных программ Алкоа сразу указаны те подобласти, на работу в которых направлена та или иная программа, а также какие ожидаются социальные изменения.
   Например, программа «Образование» включает подтемы «Кадровый потенциал» (программы, способствующие трудоустройству на инженерных и производственных позициях), и «Подготовленность к работе» (программы, обучающие людей базовым навыкам и повышающие их подготовленность к работе).
4. Для каждой из стратегических тем определены типовые ожидаемые результаты. Для каждого отдельного проекта определяется также 1-3 измеряемых результата. Например, в программе, нацеленной на создание кадрового потенциала для технической отрасли, измеряется количество участников, которые обучены для работы по той или иной специальности.
5. В компании ведется раздельный финансовый учет расходов по стратегическим направлениям благотворительной деятельности (отдельные счета), что позволяет более четко определять социально-экономическую эффективность инвестиций.
6. Основные приоритеты, цели и ожидаемые результаты в области благотворительности зафиксированы в документах «Руководство к инвестициям Фонда Алкоа» (англ. Alcoa Foundation Themes) и Благотворительная политика Алкоа Инк.
7. Компания поддерживает благотворительные проекты и программы некоммерческих организаций, реализуемые в регионах присутствия компании. При этом у Алкоа Россия формализованы и опубликованы на сайте критерии выбора поддерживаемых программ, процедуры подачи заявки и отчетности (http://www.alcoa.com/russia/ru/info_page/work_with_foundation.asp).
8. Основная часть инвестиций на благотворительность осуществляется через корпоративный Фонд Алкоа. Согласно политикам и процедурам Фонда, «программы должны быть нацелены на результаты, которые могут быть получены только последовательным выполнением определенных этапов и решением определенных задач на каждом из них. Наши программы преимущественно разработаны нами совместно с НКО-партнерами, соответствуют стратегическим темам Фонда и нацелены на получение измеряемых результатов»; «Мы можем поддержать существующие программы НКО в случае, если они совпадают с нашими приоритетами».
9. Анкета на участие в конкурсе Алкоа содержит примеры описания реализованных благотворительных программ, которые соответствуют заявленным принципам. В частности, пример поддержанной программы (см.ниже) соответствует цели благотворительной программы компании «Подготовленность к работе» (программы, обучающие людей базовым навыкам и повышающие их подготовленность к работе).

10. В компании четко выстроены и прописаны процессы отбора проектов для финансирования, сонастроенные с Руководством к инвестициям Фонда и четко определяющие взаимоотношения с НКО-партнерами.
11. Средства Фонда инвестируются в продолжение уже действующих программ с учетом оценки результатов предыдущего периода, а также в новые программы и партнерства.
12. Компания поддерживает проекты НКО в тесном взаимодействии с ними. На первом этапе подаются лишь концепции проектов, которые рассматриваются на предмет соответствия Стратегическому руководству к инвестициям. На этом этапе (если необходимо) Алкоа может рекомендовать внести корректировки и дополнения в проект. Для каждого проекта согласовываются этапы его реализации и инструменты.
13. Описание проекта НКО включает, в т.ч. описание потребностей сообщества в таком проекте, этапы продвижения к получению планируемых измеряемых результатов, вовлечение различных сторон, возможности для волонтерства, коммуникации с сообществом, методы подтверждения достигнутых результатов. Компания признает, что это самый трудоемкий этап во всем процессе, тем не менее Алкоа Россия выделяет ресурсы на согласование всех деталей проекта с потенциальным партнером (НКО). Такая штучная работа и коммуникации могут рассматриваться как взращивание грантополучателей и развитие их проектов.
14. Критерии отбора поддерживаемых программ ориентируют НКО на достижение долгосрочных и измеряемых результатов. Компания отдельно оговаривает (в том числе на сайте), что не поддерживает отдельные мероприятия – марафоны, турниры, семинары, фестивали и пр.
15. Оценка является обязательной частью всех программных инвестиций Алкоа и представляет собой оценку достижения запланированного результата.

    В компании выстроены и регламентированы процессы оценки социальных инвестиций.

    Есть перечень универсальных качественных и количественных показателей для оценки благотворительной деятельности по каждой программе, а также специфичные.

    Среди универсальных качественных показателей – «развитие культуры волонтерства среди сотрудников компании и членов сообщества», «положительные изменения во взаимоотношениях со стейкхолдерами в сообществе и установление открытого диалога со СМИ».

    Количественные показатели включают не только непосредственные результаты (например, число стипендиатов), но и фиксацию социальных изменений, произошедших благодаря благотворительной деятельности компании. Например, для Программы поддержки технического образования – «количество стипендиатов Фонда Алкоа, которые заканчивают вуз и работают в технической области»; для Программы продвижения здорового образа жизни среди молодежи – «количество участников, которые начинают следовать безопасному поведению, регулярно занимаются на фитнесс-площадках, установленных в рамках программы», «количество участников, которые следуют рекомендациям по снижению риска заражения опасными заболеваниями».
16. Алкоа разделяет типы грантов (инвестиций) на три вида: Прямая услуга, Создание инфраструктуры и Системное изменение.
17. Для каждого их видов и типов программ есть перечень планируемых результатов и критериев их оценки.
18. Проводится мониторинг поддержанных проектов. Грантополучатели предоставляют промежуточную отчетность в середине срока исполнения проекта – специальная форма, где оценивается соответствие достигнутых результатов данному этапу программы.

19. По результатам реализации проекта, в конце грантового периода НКО предоставляет финальный отчет. На основе анализа результатов принимается решение о ее прекращении или продолжении (при необходимости, вносятся необходимые изменения).
20. В компании Алкоа учитываются расходы на мониторинг и оценку благотворительной деятельности, которые составили в 2015 году 0,5% от общего благотворительного бюджета.
21. Оценка благотворительной деятельности компании осуществляется с учетом мнения благополучателей и участников. Например, для оценки эффективности волонтерской программы не только измеряется % волонтерского участия сотрудников, но и «доля сотрудников, подтверждающих возможности для волонтерства в компании и одобряющих работу в сообществе». Последний показатель ежегодно определяется в ходе анонимного опроса.
22. Компания продемонстрировала пример использования результатов оценки – внесение изменений в дизайн программы.
23. В числе зон развития:
    - публикация на русском (а не только на английском, http://www.alcoa.com/global/en/community/foundation/pdf/themes_external.pdf) описания основных приоритетных направлений благотворительной деятельности компании, а также измерителей основных результатов, на достижение которых работает компания.
      Подобные документы будут также иметь просветительский эффект для грантополучателей;
    - Периодическая внешняя оценка эффективности благотворительной деятельности компании или отдельных программ и проектов (в т.ч. участие в публичных профессиональных мероприятиях);
    - Публикация результатов благотворительной деятельности компании на сайте (а не только целей и принципов).

Лауреат приза: ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен»

Помимо победителя приза – Алкоа Россия – мы предлагаем отметить компанию ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен» как лауреата за ориентацию благотворительной деятельности на достижение социальных результатов и открытость на пути к их достижению.

1. Партнерство и вовлечение широкого круга стейкхолдеров на всех этапах разработки социальных программ (от планирования до оценки).
2. Широкое освещение социальных программ, что подразумевает как повышение осведомленности общества о тех или иных социальных проблемах, на решение которых они направлены, так и верификацию самих программ. В частности, в социальных отчетах, на специально созданных онлайн-ресурсах (например, http://www.sustainabilityrussia.ru/net) и в социальных сетях Компания публикует описание своих социальных программ, непосредственные и социальные результаты. На страницах социальных программ компании размещаются также экспертные заключения о них.

   Компания выстраивает коммуникации со стейкхолдерами, используя широкий круг инструментов и каналов, современные способы коммуникации – социальные сети, специальные онлайн-сайты с конкурсами, тестами, роликами, социальной рекламой, инфографикой и пр.

   Кроме того, компания готова обсуждать реализацию своих программ в профессиональном сообществе – публичные мероприятия, участие в профессиональных конкурсах (есть в т.ч. награды).
3. Изначальное планирование программ в области устойчивого развития с ориентацией на достижение конкретных результатов (в том числе социальных).
4. Благотворительная деятельность компании продумана, системна и регламентирована. Приоритетные направления стратегии устойчивого развития HEINEKEN сонастроены с критериями выбора благотворительных программ и проектов. Задокументированные критерии отбора проектов включают оценочные вопросы в отношении эффективности их реализации. Например, «является ли данный вопрос важным для наших партнеров и всех заинтересованных сторон?», «можем ли мы повлиять на решение этой проблемы?».

   При разработке отдельных проектов для финансирования учитываются также такие критерии, как «измеримость результатов», «эффект от реализации проекта (устойчивость проекта, степень повышения благополучия, эффектов для целевой аудитории проекта)».
5. У компании есть разработанная система оценки по каждому партнерскому проекту, которая включает:
   - оценку воздействия для различных целевых групп;
   - анализ и количественных, и качественных данных.
   - при оценке учитываются все элементы «цепочки социальных результатов» - вложения (ресурсы); продукты (непосредственные результаты), социальные результаты (достижение/влияние программы на основные целевые группы (например, смогла ли программа повысить уровень информированности, изменила ли отношение к проблеме, оказала ли воздействие на поведение); социальное воздействие (являются ли результаты инициативы устойчивыми в долгосрочной перспективе).
6. Компания представила сведения о конкретных примерах оценки реализованных социальных программ, используемых показателей, в том числе для оценки

социальных результатов. Для оценки социальных результатов компания использует инструменты для оценки ситуации «до» и «после» (входные и выходные анкеты, психодиагностические опросники), осуществляет сбор обратной связи от разных групп благополучателей (например, подростки и их родители), а также исполнителей программы (например, тренеры, учителя).

Сбор данных осуществляется как по отдельным мероприятиям, так и финальный анализ.

7. Система оценки эффективности для ряда проектов была разработана собственными силами, есть и проекты, где участвовал специально приглашенный в рабочую группу проекта внешний консультант (специалист в области оценки профилактических программ безопасности дорожного движения).
8. Результаты социальной деятельности компании считаются отдельно по каждому проекту и представлены в отчете по устойчивому развитию (http://www.sustainabilityrussia.ru/otchetnost).
9. Компания представила подробный пример того, как используются результаты оценки. Например, получив низкие результаты по одной из программ (низкий уровень усвоения курса), были организованы открытые уроки, специальные вебинары для преподавателей, лучшие преподаватели-инструкторы провели серию мастер-классов для своих коллег.