

Особенности благотворительной деятельности компаний нефтегазовой отрасли

*Подготовлено «Чаритиз Эйд Фаундейшн»
Филиал в России*

Москва

Август 2010

Содержание

<u>I Основные тенденции и характеристики благотворительной деятельности компаний нефте - газового сектора</u>	<u>3</u>
<u>II Краткое описание благотворительных программ компаний нефтегазового сектора</u>	<u>6</u>
<u> ОАО «ЛУКОЙЛ».....</u>	<u>6</u>
<u> ОАО «ТНК-ВР».....</u>	<u>8</u>
<u> ОАО «ГАЗПРОМ».....</u>	<u>11</u>
<u> ОАО «СУРГУТНЕФТЕГАЗ».....</u>	<u>13</u>
<u> ОАО «РОСНЕФТЬ».....</u>	<u>13</u>
<u>Приложение 1. Сравнительная таблица корпоративной благотворительности компаний</u>	<u>18</u>
<u>Источники</u>	<u>19</u>

В мае 2010 г. сотрудниками САФ было проведено исследование благотворительной деятельности ряда компаний нефтегазовой отрасли. Предлагаем его результаты вашему вниманию.

Цель обзора – выявить тенденции благотворительной деятельности компаний нефтегазового сектора на примере крупнейших компаний: ОАО «Лукойл», ОАО «ТНК-ВР», ОАО «Сургутнефтегаз», ОАО «Роснефть», ОАО «Газпром».

В исследовании использовались открытые источники, включая интернет-сайты компаний, и интервью. Изучались особенности благотворительной политики компаний, форматы программ, подходы к выбору партнеров. Внимание уделялось изменениям благотворительной политики в послекризисный период, а также подходам компаний к оценке эффективности благотворительности и их отношению к репутационному эффекту благотворительной деятельности.

I Основные тенденции и характеристики благотворительной деятельности компаний нефтегазового сектора

В целом компании нефтегазового сектора консервативны в своей благотворительной деятельности. Это проявляется в выборе ими и направлений работы, и партнеров или благополучателей. Выбор благополучателей вызван ожиданиями со стороны государства и региональных властей, исторически сложившимися отношениями между компаниями и руководством организаций-благополучателей, традиционным представлением компаний о благотворительной помощи как о поддержке наиболее нуждающихся, тех, кому «хуже всего», тех, кто наиболее обездолен: ветеранов, инвалидов, малообеспеченных семей и т.п. Компании поддерживают в основном региональные благотворительные организации, занимающиеся помощью социально незащищенным слоям населения, а также организации, рекомендованные местными властями. Преимущественно это объекты государственной социальной инфраструктуры.

Несмотря на общность подходов компаний нефтегазового сектора к выбору благополучателей, у них имеются и свои **специфические особенности и предпочтения**.

«Газпром», например, много внимания уделяет спортивной тематике и поддерживает различные международные и российские программы, инициативы и мероприятия, связанные со спортом. «ТНК-ВР» поддерживает благотворительный фонд содействия реализации социальных программ Министерства обороны «Защита». Также «ТНК-ВР» является одним из основных доноров «Фонда поддержки Санкт-Петербурга». В благотворительном бюджете «Роснефти» наибольшую долю занимает поддержка объектов культуры, а также образования и науки.

Наконец, компании нефтегазового комплекса поддерживают благотворительные программы и благотворительные фонды «для души». «ТНК-ВР» выделяет средства на программу спасения тяжелобольных детей, реализуемую фондом «Линия жизни». Одна из структур «Газпрома» разово поддержала фонд помощи хосписам «Вера», отчисляются средства в пользу фонда спасения детей с онкологическими заболеваниями «Подари жизнь».

Фактически благотворительная и филантропическая активность компаний нефтегазового сектора ориентируется в основном на сферу GR, то есть на сфе-

ру отношений компании и государственной власти различного уровня. Для компаний важен устойчивый репутационный эффект, стабильные отношения с властью, лояльное отношение сообщества. Все компании заключают соглашения о социально-экономическом сотрудничестве с администрациями регионов и об опеке над предложенными им учреждениями. Государство во многом является оценщиком благотворительности и социальных программ компаний, и эта оценка «старшего партнера» является главной и основной. Кроме государства важным стейкхолдером для нефтегазовых компаний является международное бизнес-сообщество. Поэтому компании стремятся продемонстрировать успешность в сфере КСО.

Именно из такого положения вещей вытекают и принципы выбора благополучателей, партнеров, направлений деятельности, и характер выделения средств, а также основная риторика и идеология благотворительности.

В основном нефтегазовые компании выполняют бюджетозамещающие функции, предпочитая работать в тесном контакте с федеральными и региональными властями. Львиную долю благотворительных бюджетов компании отдают в общую с государством «копилку» в виде официально «одобренных» фондов, финансируют объекты социальной инфраструктуры. Компании, финансово участвуя в работе фондов, тем самым способствуют реализации государственной политики в социальной сфере и демонстрируют социальную ответственность и лояльность государству.

Нефтяные компании в большинстве своем не склонны к привлечению профессиональных организаций и передаче им на аутсорсинг управлений благотворительной деятельностью. Исключение составляет «ТНК-ВР» – одна из немногих крупных корпораций нефтегазового сектора, которая отдает реализацию благотворительной и социальной деятельности профессиональным организациям и не стремится все делать сама.

При реализации своих корпоративных благотворительных программ компании нефтегазового сектора предпочитают работать с:

- крупными федеральными благотворительными фондами с участием или под патронатом государства, реализующими масштабные благотворительные программы;
- региональными общественными и благотворительными организациями, оказывающими помощь социально незащищенным категориям населения;
- благотворительными и общественными организациями, специализирующимися на тематике малых, коренных и исчезающих народов.

Важнейшей общей чертой осуществления благотворительной деятельности большинства российских компаний нефтегазового сектора является **непрозрачность процедур отбора и финансирования благополучателей**, а также **отсутствие критериев оценки эффективности реализации благотворительных программ.**

Процедура принятия решений до сих пор остается непрозрачной для большинства заинтересованных сторон. Доступ к информации для потенциальных благополучателей ограничен отсутствием открытых и равных конкурсных механизмов распределения средств. Определенное исключение в этом отношении – компания «Роснефть», которая публикует критерии оказания благотворительной помощи, и

конкурс социальных проектов компании «Лукойл», однако в целом в нефтяном секторе «кухня» благотворительности остается достаточно закрытой и непубличной.

Оценка эффективности благотворительных программ и получаемого социального эффекта в компаниях нефтегазового сектора фактически не производится. Современные стандарты и технологии оценки социальных программ и проектов не использует ни одна компания. В основном оценка сводится к количественным показателям: например, количество студентов университета, которому оказывается помощь, поступивших на работу в компанию, количество получивших помощь пациентов, количество построенных или отремонтированных зданий и т.п. Фактически основной оценкой является удовлетворенность власти благотворительной активностью компаний и ее разного рода требования и пожелания.

Тем не менее можно отметить и тенденцию к переходу к различным современным формам оценивания благотворительных программ и проектов. Так, например, сотрудники БФ «Лукойл» стремятся оценивать эффективность конкурса социальных проектов: анализируют объемы произведенных работ (услуг) организаций, получивших грант на реализацию проекта (по мнению специалистов компании, в конкурсе социальных проектов на каждый вложенный рубль получают дополнительно 5 рублей).

Информационная прозрачность социальной и благотворительной деятельности компаний неоднородна. Часть компаний публикует социальные отчеты или отчеты об устойчивом развитии (ОАО «Лукойл», ОАО «ТНК-ВР» и ОАО «Роснефть»), часть (ОАО «Сургутнефтегаз» и ОАО «Газпром») - нет. Компания «Роснефть» в этом отношении более тщательна - в рейтинге информационной прозрачности российских компаний авторитетного рейтингового агентства Standard&Poor's за 2009 г. «Роснефть» показала лучший результат среди компаний нефтегазового сектора и поднялась на второе место (в 2007 году — десятое место). «Роснефть» публикует отчеты об устойчивом развитии по стандарту GRI и организует аудит по стандарту GRI.

Большинство компаний нефтегазового сектора отказываются открыто обсуждать свою благотворительную и социальную деятельность. Об этом свидетельствует редкое присутствие представителей этих компаний на профессиональных мероприятиях, посвященных проблемам КСО, закрытость для интервью со стороны общественных и исследовательских организаций.

Большинство исследуемых компаний не сократили расходов на благотворительные и социальные программы в связи с кризисом. Только часть исследуемых компаний сократила благотворительный бюджет, остальные предпочитают выполнять взятые социальные обязательства с целью сохранения стабильности в регионах и репутации сильного партнера.

В период кризиса больше внимания стало уделяться вовлечению сотрудников в благотворительную деятельность, в том числе в форме волонтерства, большее внимание к социальному эффекту, партнерству с другими компаниями. В то же время компании не отказались от бюджетозамещающих расходов, так как эта часть ответственности является залогом устойчивости социального климата на территории присутствия и стабильных GR-отношений.

II Краткое описание благотворительных программ компаний нефте - газового сектора

ОАО «ЛУКОЙЛ»

Формат благотворительных программ

Компания разработала и утвердила в 2001 году **«Социальный кодекс»**, где систематизировала и определила основные направления своей благотворительной и социальной деятельности. В кодексе намечены два подхода: социальные инвестиции и традиционная благотворительная помощь.

По мнению руководителя благотворительного фонда «Лукойл» И. Бекетова, в России не может быть просто социальных инвестиций: *«Благотворительность в чистом виде доминирует, и это лукавство говорить, что компания занимается только инвестированием. Учитывая состояние экономики, учреждений культуры, здравоохранения, говорить о социальных инвестициях в чистом виде рано»*. Поэтому компания большую часть бюджета тратит на «чистую благотворительность: улучшение состояния материальной базы того или иного учреждения здравоохранения, школ и т.п.».

Однако поскольку предприятия компании во многих регионах являются градообразующими, вложения в социальную сферу улучшают качество жизни также и сотрудников компании, и членов их семей: *«Мы не отдельно от страны, в этих же больницах лечатся наши специалисты. Если они получают хорошее обеспечение, то они потом хорошо работают. Наши работники получают медицинскую помощь в учреждениях, где мы покупаем оборудование. Как это расценить? Это социальные инвестиции или нет?»*

Похожее отношение у «Лукойла» к поддержке вузов. Компания опекает 17 вузов в России, оснащает их оборудованием, тренажерами, ремонтирует общежития и т.п. Студенты профильных вузов - потенциальные кадры компании. Компания поощряет студентов стипендиями, стажировками на производстве, что составляет часть политики формирования кадрового резерва «Лукойла». Существует и практика шефства над школами, сохранившаяся еще со времен СССР.

К **социальным инвестициям** компания относит **конкурс социальных и культурных проектов**. И. Бекетов считает: *«Конкурс социальных проектов – чистый пример социальных инвестиций. На 1 рубль, который мы вкладываем, притягиваем 3 - 5 рублей софинансирования. Это инвестиции»*.

Конкурс проводится ежегодно в регионах присутствия компании (10 субъектов РФ). В этом году он начнет проходить и в Татарстане. *Адресатами помощи являются физические лица или организации. Решение о победителях принимается специальной конкурсной комиссией, в которую входят представители компании, местных властей, общественных и коммерческих организаций. Средства выделяются по следующим номинациям: «Экология», «Милосердие», «Культура и искусство», «Физическая культура, спорт и туризм», «Родной край»*. Бюджет конкурса складывается из средств БФ «Лукойл», средств различных дочерних организаций и средств соискателей грантов.

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Итого
Пермский край	2,0	5,0	15,9	25,4	48,7	27,6	28,5	153,1
Волгоградская область			1,4	1,7	2,3	2,9	2,7	11,0
Астраханская область				1,4	3,0	3,0	3,1	10,5
Республика Калмыкия							1,9	1,9
Республика Коми				1,1	0,9	1,5	1,5	5,0
Западная Сибирь				1,5	2,5	2,5	2,5	9,0
Нижегородская область						2,0	8,2	10,2
Калининградская область							2,0	2,0
Итого	2,0	5,0	17,3	31,1	57,4	39,5	50,4	202,7

Источник: данные Компании

В бюджетном соотношении доминирует благотворительная деятельность, социальные же инвестиции – только часть корпоративной филантропии.

В планировании и организации благотворительной деятельности «Лукойла» разделен федеральный и региональный уровни. Для общей ее координации и реализации федеральных программ был учрежден корпоративный **благотворительный фонд «Лукойл»** - отдельное юридическое лицо, НКО. Половина программ компании реализуется с помощью фонда, в основном это федеральные программы, в частности, программы поддержки вузов и музеев.

Вся деятельность осуществляется в рамках определенных направлений. Предприятия готовят бюджет и план работы и утверждают в совете по координации благотворительной и спонсорской деятельности в головном офисе в Москве. Региональные дочерние предприятия являются самостоятельными единицами и имеют свой бюджет благотворительной деятельности. За организацию благотворительной деятельности там отвечают службы по связям с общественностью, они проводят всю административную и организационную работу. Дополнительные партнеры не привлекаются, аутсорсинг не организуется.

Партнеры компании

У «Лукойла» нет партнеров в благотворительной политике, компания своими силами и напрямую сотрудничает с получателями помощи.

С каждым регионом у «Лукойла» существует соглашение о социально-экономическом сотрудничестве, и каждый год происходит подписание протокола, где обозначаются ответственность администрации и компании. Часть учреждений, которым будет оказываться помощь, рекомендует региональная администрация, часть учреждений компания определяет самостоятельно. Выбранные учреждения финансируются на долгосрочной основе, их список практически не меняется. Ежегодно компания и учреждение определяют программу на год, утверждают бюджет. Благополучатель тщательно отчитывается за все потраченные средства.

Механизм финансирования учреждений: принимается коллегиальное решение о поддержке той или иной организации, определение плана работы, бюджета, правил отчетности за результат и израсходованные средства.

Конкурс социальных и культурных проектов проходит открыто, широко анонсируется в регионах. Для объявления конкурса проводится пресс-конференция, создан сайт. Заявки рассматривает экспертный совет, который принимает решение о финансировании, победители получают гранты и отчитываются за результаты.

Кризис и изменения подходов к благотворительной деятельности компании

Компания считает, что полное выполнение социальных обязательств принципиально для нее. Поддержание положительного социального климата декларируется как основная задача компании.

Руководитель фонда «Лукойл» неоднократно подчеркивал, что кризис никак не повлиял на благотворительную деятельность компании: *«Вообще ни на копейку не снизились затраты, не сократили ни одной программы, вообще ничего не поменялось».*

ОАО «ТНК-ВР»

Формат благотворительных программ

Для «ТНК-ВР» характерно **сочетание различных подходов**. Компания использует и традиционные формы - выделение прямой благотворительной помощи учреждениям и организациям, - и социальные инвестиции.

В октябре 2006 года авторитетная организация в области мониторинга корпоративной ответственности AccountAbility включила «ТНК-ВР» в десятку лучших компаний России по показателю социальной ответственности. А в 2009 году «ТНК-ВР» была выдвинута на соискание наград Глобальной бизнес-коалиции против ВИЧ/СПИДа, туберкулеза и малярии (GBC) за реализацию региональной программы «Молодое поколение делает свой выбор» в Оренбургской области.

С 2006 года компания позиционирует свою благотворительную и социальную деятельность как «Общероссийскую программу социальных инвестиций». Принципиально новым подходом для компании стала переориентация большинства программ на регионы присутствия.

«ТНК-ВР» участвует в **программе пожертвований сотрудников** «Им нужна ваша помощь» (Give as you earn), разработанной CAF. Программа дает возможность сотрудникам жертвовать личные средства для спасения тяжелобольных детей, а также на проекты и акции определенных компанией некоммерческих организаций. Кроме того, «ТНК-ВР» использует **конкурсные технологии**, в частности, проводит конкурс социальных проектов в Саратовской области.

Ежегодно в партнерстве с органами государственной власти, общественными, образовательными и другими организациями «ТНК-ВР» формирует общероссийскую и региональную программы социальных инвестиций, зафиксированные в соглашениях с региональными администрациями. Компания декларирует, что последовательность и долгосрочный характер социальных инвестиций – это залог качественных изменений в решении общенациональных и локальных социальных проблем.

Механизмы выделения средств:

- 1) *Соглашения о социально-экономическом сотрудничестве с регионами.* Соглашения заключаются (или пролонгируются, или заключаются дополнительные к подписанным ранее) ежегодно. Аналогичные соглашения заключаются с администрациями муниципальных образований в этих регионах. В рамках соглашений реализуются «социальные проекты» (решение актуальных социальных вопросов – поддержка и модернизация учреждений социальной инфраструктуры, строительство дорог, поддержка коренных народов Севера, участие в подготовке спортсменов и т.д.).

Социальные программы по виду деятельности, %



* Часть нашей финансовой помощи местным сообществам распределяется через региональные администрации.

Социальные программы по типу, %



Материалы компании.

- 2) *Прямое финансирование благотворительных и социальных проектов из бюджета компании.* В регионах благотворительные и социальные проекты финансируются из бюджетов дочерних обществ компании.
- 3) *Конкурс социальных и культурных проектов* (проводится только в Саратовской обл. корпоративным БФ «Радуга»).

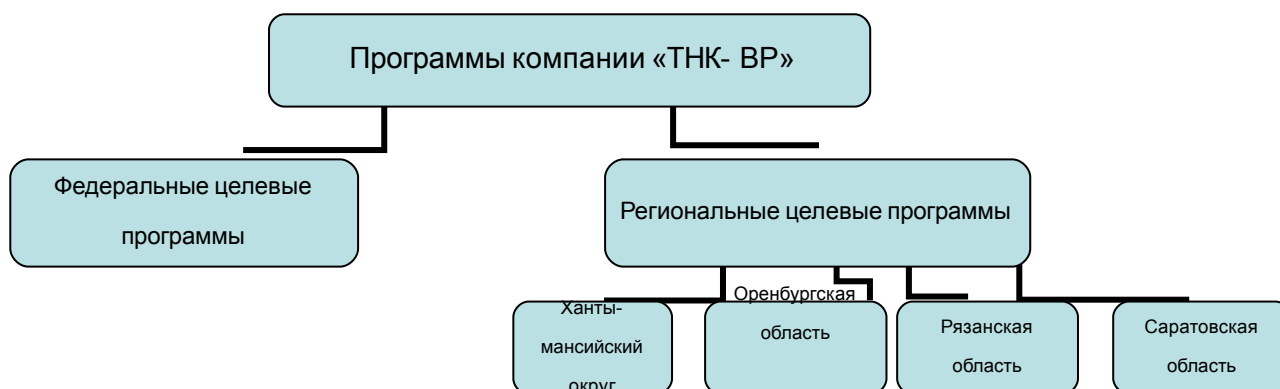
Определенной структуры, контролирующей благотворительную или социальную деятельность в компании нет. В двух регионах (Саратовская обл., ХМАО) благотворительная и социальная деятельность компании осуществляется через корпоративные благотворительные фонды: «Радуга» (Саратов), «Элеэн» (ХМАО).

Направления благотворительной и социальной деятельности:

- 1) Поддержка социально незащищенных слоев населения.
- 2) Формирование здорового поколения.
- 3) Поддержка образования и раскрытие потенциала молодежи.

- 4) Сохранение культурного и исторического наследия России.
- 5) Реализация общественных экологических программ.

В рамках этих направлений реализуются как целевые проекты, так и специфические проекты для каждого региона.



В качестве примеров долгосрочных целевых федеральных программ, проводимых «ТНК-ВР», можно упомянуть **«Сохранение и восстановление исторического облика Санкт-Петербурга»**. Реализует ее «Фонд развития Санкт-Петербурга», который поддерживает компания (с 2004-го по 2008 год на счет фонда переведено 1,28 млрд рублей). Другой пример - **финансирование строительства олимпийских и других объектов** в Сочи, столице зимних Олимпийских игр 2014 года (10 млн долларов США выплачено в 2007 году).

Целевые программы в различных регионах присутствия осуществляются по пяти различным направлениям, например:

«Поколение-2020» – помощь учебным заведениям в поиске молодых талантов и содействие в их становлении. Поддержка детских домов и интернатов, приютов, помощь в строительстве и ремонте районных больниц и Домов культуры. В рамках этого направления финансируется приобретение школьных автобусов, спортивного инвентаря, компьютеров и оргтехники, мебели и оборудования для детских социальных учреждений, игрушек и новогодних подарков.

Еще одно из пяти направлений работы - «Семья «ТНК-ВР»: любовь, поддержка и забота» – финансирование проектов, направленных на адаптацию детей из неблагополучных семей и детей с ограниченными возможностями здоровья, трудных подростков, ветеранов и других социально незащищенных групп населения. Помощь инвалидам, ветеранам, религиозным конфессиям, приобретение медицинского оборудования для больниц. Важной частью этой программы является поддержка создания мемориальных комплексов, реставрации памятников.

(Подробный список программ «ТНК-ВР» см. в приложении 1.)

Партнеры компании

Компания – одна из немногих крупных корпораций нефтегазового сектора, которая привлекает партнеров, отдает реализацию благотворительной и социальной деятельности профессиональным организациям, а не увеличивает собственный штат.

Помимо сотрудничества с профессиональными российскими и западными благотворительными организациями компания «ТНК-ВР» создает **корпоративные фонды** (корпоративный благотворительный фонд «Радуга» (Саратов), корпоративный благотворительный фонд «Элеэн» (ХМАО), корпоративный благотворительный фонд «Забота» (Рязань).

Из благотворительных фондов, с которыми компания сотрудничает (*см. полный список в приложении 2*), отметим: «Национальный благотворительный фонд», БФ «Линия жизни», «Фонд развития Санкт-Петербурга».

Кризис и изменения подходов к благотворительной деятельности компании

Компания сократила часть расходов на благотворительность, но подробная информация об этом недоступна. Финансирование административных расходов на программу пожертвований сотрудников «Им нужна ваша помощь» было выделено из иных источников средств компании, и программа продолжает действовать.

Финансовый кризис отразился на социальной и благотворительной деятельности компании уже в 2008 году. Финансирование было сокращено, но какие-либо благотворительные проекты не были прекращены.

В 2009 году объемы финансирования социальных и благотворительных программ компании в ряде регионов также были сокращены. Об этом можно судить на примере ХМАО и непосредственно города Нижневартовска. В 2008 году проект финансирования социально-экономического развития города обозначался суммой 13 млн рублей, а фактически было реализовано проектов на 8 млн 399 тысяч, а в 2009 году программа социальных инвестиций была значительно сокращена и составила всего лишь 3 млн 40 тысяч рублей. В целом по ХМАО финансирование социальных и благотворительных программ было сокращено на 50 % по сравнению с 2008 годом (по словам председателя совета директоров «ТНК-ВР»-Менеджмент Олега Нама (информация с сайта компании)).

ОАО «ГАЗПРОМ»

Формат благотворительных программ

Благотворительная и социальная политика компании «Газпром» во многом замещает и дополняет государственные обязательства по социальному развитию страны. Компания за счет собственной прибыли решает государственные проблемы и задачи социального развития как на федеральном, так и на региональном, и местном уровнях. ОАО «Газпром» направляет средства на строительство и ремонт объектов социальной сферы, финансирует масштабные культурные и спортивные мероприятия, помогает Церкви, обеспечивает детские дома, школы, участвует в международных инициативах и т.п. Компания выделяет средства на объекты и программы, предложенные государственными органами.

Механизмы выделения средств:

Информация о механизмах выделения средств на благотворительную и социальную деятельность ОАО «Газпром» в открытых источниках отсутствует.

Направления благотворительной деятельности ОАО «Газпром»:

- 1) Культура.
- 2) Спорт.
- 3) Образование.
- 4) Наука.
- 5) Незащищенные слои населения.

Культура и спорт являются ключевыми направлениями в социальной и благотворительной деятельности «Газпрома».

Целевые программы:

Все целевые программы «Газпрома» и проекты, которые реализуются в рамках этих программ, отличаются своей масштабностью. Практически все программы являются всероссийскими. В качестве примеров упомянем программу «Газпром — детям», ежегодную программу «Открытый мир», разработанную совместно с австрийским некоммерческим объединением Energy for Life, международный культурный проект «Открытая Европа».

(Подробный перечень благотворительных программ «Газпрома» - в приложении 3.)

Отличительной чертой социальной и благотворительной деятельности «Газпрома» является поддержка международных проектов. Таким образом «Газпром» стремится формировать образ социально ответственной компании как внутри страны, так и на международном уровне (в том числе и в отношении дочерних предприятий – «Газпром – экспорт»).

Партнеры компании

Компания реализует благотворительную политику самостоятельно, не привлекая для организации партнеров. Выбор получателей осуществляется традиционными способами: по предложению органов власти разного уровня и по решению головного офиса и дочерних компаний.

Благотворительные фонды, с которыми сотрудничает компания:

- 1) БФ «Российский детский фонд». В 2009 году ООО «Газпром добыча Иркутск» заключило долгосрочное соглашение о сотрудничестве с иркутским отделением общероссийского общественного благотворительного фонда «Российский детский фонд» с целью оказания практической помощи детям, лишенным родительской заботы и внимания.
- 2) Фонд помощи хосписам «Вера». Отдел маркетинга ОАО «Газавтоматика» ОАО «Газпром» оказал помощь Первому московскому хоспису.

Кризис и изменения подходов к благотворительной деятельности компании

Финансово-экономический кризис не отразился на изменении подходов и не привел к сокращению расходов компании на социальную и благотворительную деятельность.

Как и в большинстве крупных компаний с государственным участием, социальные обязательства «Газпрома» сохранились, направления социальной политики не изменились.

ОАО «СУРГУТНЕФТЕГАЗ»

Формат благотворительных программ

Благотворительную политику компании можно определить как бюджетодополняющую на региональном уровне. Компания решает социальные задачи региона присутствия, но, кроме того, финансирует также ряд крупных учреждений культуры и образования в центре России (в Санкт-Петербурге, Москве). Компания оказывает прямую поддержку социальным учреждениям и некоторым некоммерческим организациям, направляет ресурсы на решение широкого спектра задач в культуре, здравоохранении, образовании, спорте, религии и т.п. Фактически компания предоставляет администрации региона дополнительный бюджет на социальные нужды.

Направления благотворительной деятельности:

- 1) Незащищенные слои населения: дети, ветераны, молодежь, инвалиды, многодетные и малообеспеченные семьи, малочисленные народы.
- 2) Образование и наука.
- 3) Культура, искусство, история.
- 4) Медицина и здравоохранение.
- 5) Физическая культура и спорт.

(Полный перечень целевых программ «Сургутнефтегаза» см. в приложении 4.)

Большая часть благотворительной и социальной деятельности компании сконцентрирована в ХМАО и непосредственно в Сургутском районе. «Сургутнефтегаз» - единственная нефтяная компания в России, которая не перенесла штаб-квартиру из региона в центр.

В регионах присутствия через дочерние предприятия компании активно поддерживается социальная сфера.

Партнеры компании

Получатели помощи компании определяются в рамках **соглашений с администрацией**. Компания не привлекает сторонних экспертов и профессиональные организации к реализации благотворительной политики.

Показательно сотрудничество компании наряду с региональными фондами с «Национальным благотворительным фондом» и «Фондом поддержки олимпийцев России». *(Полный список фондов см. в приложении 5.)*

Кризис и изменения подходов к благотворительной деятельности компании

Кризис не оказал значительного влияния на благотворительную деятельность компании. Компания демонстрирует стабильность в благотворительной деятельности.

ОАО «РОСНЕФТЬ»

Формат благотворительных программ

В благотворительной деятельности компании прослеживается стремление структурировать ее, упорядочить отношения с ключевыми заинтересованными сторонами, описать и опубликовать свою позицию. Компания осуществляет деятельность на основании регламента «Об оказании благотворительной, финансовой и спонсорской помощи» и критериев оказания благотворительной помощи, которые опубликованы. Также критерии предусматривают финансовую отчетность получателей о целевом использовании благотворительных средств.

Компания использует в основном традиционные подходы к осуществлению благотворительной деятельности. Из инновационных программ компания реализует проект пожертвований сотрудников через банковские карты в пользу организации «Подари жизнь».

Компания предпочитает направлять средства напрямую получателям или благотворительным организациям.

Механизмы выделения средств:

- 1) Соглашения о социально-экономическом сотрудничестве с регионами (в рамках соглашений осуществляется поддержка и развитие социальной инфраструктуры регионов). В 2008 году в рамках соглашений выделено 2,3 млрд рублей:

Направление финансирования	Выделено средств, млн руб.
Детские дошкольные учреждения	18,6
Школы	120,8
Объекты культуры	542
Спортивные объекты	387,2
Лечебно-профилактические учреждения	44,1
Возрождение культурного наследия (храмы, мечети и т. д.)	16,5
Коренные малочисленные народы Севера	111,8
Прочие	1059

Материалы компании «Роснефть».

- 2) Бюджет благотворительной деятельности. Объем средств на благотворительность утверждается в рамках бизнес-плана компании на год.

**СТРУКТУРА РАСХОДОВ НК «РОСНЕФТЬ»
НА БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ В 2008 ГОДУ,
МЛН РУБ.**



Материалы компании «Роснефть».

Орган, контролирующей благотворительную и социальную деятельность:

- 1) Правление НК «Роснефть» принимает окончательное решение об оказании помощи и выделении средств из бюджета.
- 2) Уполномоченные органы дочерних обществ компании (правление, наблюдательные советы и т.п.).

Направления благотворительной деятельности:

- 1) Здравоохранение.
- 2) Образование, наука.
- 3) Спорт.
- 4) Культура.
- 5) Детские дошкольные учреждения.
- 6) Поддержка ветеранов и инвалидов.
- 7) Благотворительные и общественные организации, гуманитарная помощь.
- 8) Возрождение культурного наследия (храмы, мечети, т.д.).
- 9) Коренные малочисленные народы Севера.
- 10) Администрации областей, районов, муниципальных образований.

Целевые проекты (федеральный уровень):

«Роснефть–классы». Одна из ключевых программ компании, направленная на подготовку кадров для нефтяной и газовой промышленности. В компании с 2005 года развивается проект непрерывного образования «Школа – вуз – предприятие», цель которого состоит в обеспечении притока в компанию высокообразованной, имеющей хорошую профессиональную подготовку молодежи через систему довузовской подготовки (профильных «Роснефть-классов») и взаимодействии с профильными высшими учебными заведениями. Подбор и профориентация перспективных новых кадров начинается со школьной скамьи через систему «Роснефть-классов», формируемых по результатам отбора выпускников 9-х классов. В 2007 году действовали 34 «Роснефть-класса» в общеобразовательных школах 18 городов, расположенных в 10 российских регионах (информация о статусе проекта на 2010 год отсутствует).

Целевые проекты (регионы присутствия):

Поддержка народов Севера. Основной вклад в реализацию проектов по этому направлению вносят дочерние общества компании в Ненецком АО и ХМАО.

О других целевых проектах «Роснефти» как на федеральном, так и региональном уровнях информация в открытых источниках отсутствует. Компания ежегодно выделяет средства из бюджета на социальную и благотворительную деятельность по всем указанным выше направлениям.

Представляют интерес критерии оценки просящих материальную помощь, разработанные специалистами компании (см. приложение 6).

Партнеры компании

Компания предпочитает направлять средства получателям напрямую, профессиональные организации не привлекаются.

Благотворительные фонды, с которыми компания сотрудничает :

- 1) «Национальный благотворительный фонд». Входит в число жертвователей наряду с другими крупными российскими компаниями.
- 2) БФ «Родниковый край» (Удмуртия). Ежегодно дочернее предприятие «Роснефти» «Удмуртнефть» направляет через фонд средства на строительство и восстановление храмов. Реконструированы Троицкий собор и собор Александра Невского в Ижевске, восстановлены церкви в селе Чутырь Игринского района и в городе Можге, построена Казанско-Богородицкая церковь в столице республики. На возрождение Свято-Михайловского собора «Удмуртнефть» внесла свыше 53 миллионов рублей.

Кризис и изменения подходов к благотворительной деятельности компании

В 2008 году НК «Роснефть» потратила на благотворительные цели 618 млн руб., что на 28 % меньше, чем в 2007 году (860 млн руб.). Расходы на инвестиции в социальную сферу регионов и благотворительность сократились с 557,2 млн долл. США в 2007 году до 484,9 млн долл. США в 2008 году.

В том числе на реализацию соглашений о партнерстве с регионами с 112,5 млн долл. США до 92,5 млн долл. США. Расходы на благотворительность сократились с 33,6 млн долл. США до 24,9 млн долл. США в 2008 году.

Приложение 1. Сравнительная таблица корпоративной благотворительности компаний

	ЛУКОЙЛ	ТНК-ВР	ГАЗПРОМ	СУРГУТ-НЕФТЕГАЗ	РОСНЕФТЬ
Формат благотворительной деятельности	Адресная помощь организациям и частным лицам Конкурс социальных проектов	Адресная помощь организациям и частным лицам Конкурс социальных проектов Пожертвования сотрудников «Им нужна ваша помощь»	Адресная помощь организациям и частным лицам	Адресная помощь организациям и частным лицам	Адресная помощь организациям и частным лицам
Способ управления благотворительностью	Корпоративный фонд Департамент связей с общественностью	Региональные корпоративные фонды Различные подразделения компании САФ Россия	Самостоятельно, через подразделения компании	Самостоятельно, через подразделения компании	Самостоятельно, через подразделения компании
Партнеры и получатели помощи	Национальные БФ Региональные национальные организации Социальные организации и частные лица	Национальные БФ БФ «Линия жизни»	Национальные БФ Международные инициативы Региональные национальные организации Социальные организации и частные лица	Национальные БФ Региональные национальные организации Социальные организации и частные лица	Национальные БФ Региональные национальные организации Социальные организации и частные лица
Влияние кризиса	Не сократили расходы	Сократили расходы примерно на 50 %	Не сократили расходы	Не сократили расходы	Сократили расходы на 28 %
Оценка эффективности	Оценивают эффективность конкурса по объему оказанных услуг НКО	Количественная оценка вложений и получателей	Количественная оценка вложений и получателей	Количественная оценка вложений и получателей	Количественная оценка вложений и получателей
Способы раскрытия информации	Социальный кодекс Отчет об устойчивом развитии по международным и российским стандартам Сайт компании	Отчет об устойчивом развитии Сайт компании	Сайт компании	Сайт компании	Отчет об устойчивом развитии по стандарту GRI Сайт компании

Источники

1. Социальный кодекс компании «Лукойл»
2. Информационный сайт «Лукойл»
3. Интервью с руководителем благотворительного фонда «Лукойл» И. Бекетовым
4. Социальный отчет «ТНК-ВР»
5. Информационный сайт «ТНК-ВР»
6. Информационный сайт «Газпром»
7. Информационный сайт «Сургутнефтегаз»
8. Социальный отчет «Роснефть»
9. Информационный сайт «Роснефть»