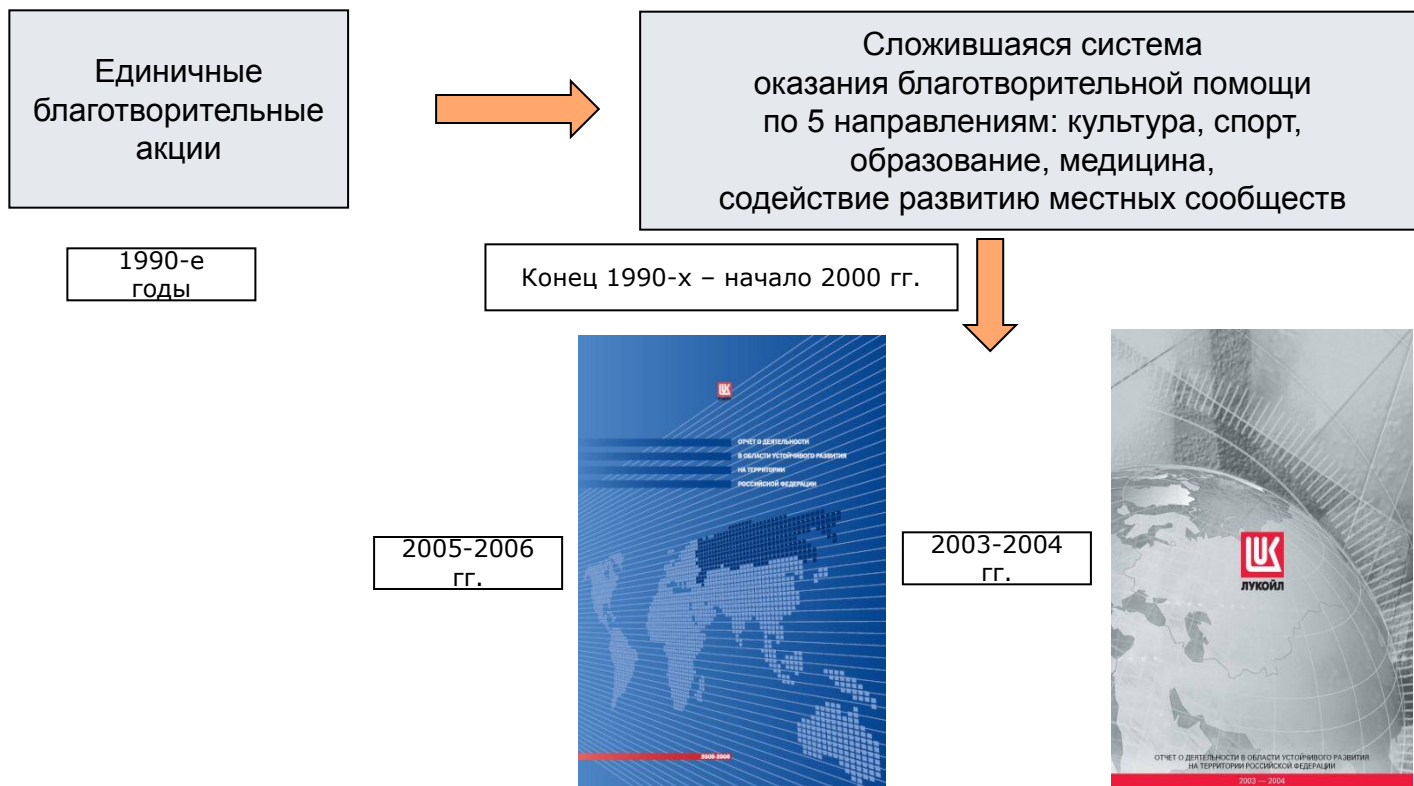




ЗАЧЕМ БИЗНЕСУ СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО?



На пути к осознанию КСО как философии деловой практики Компании





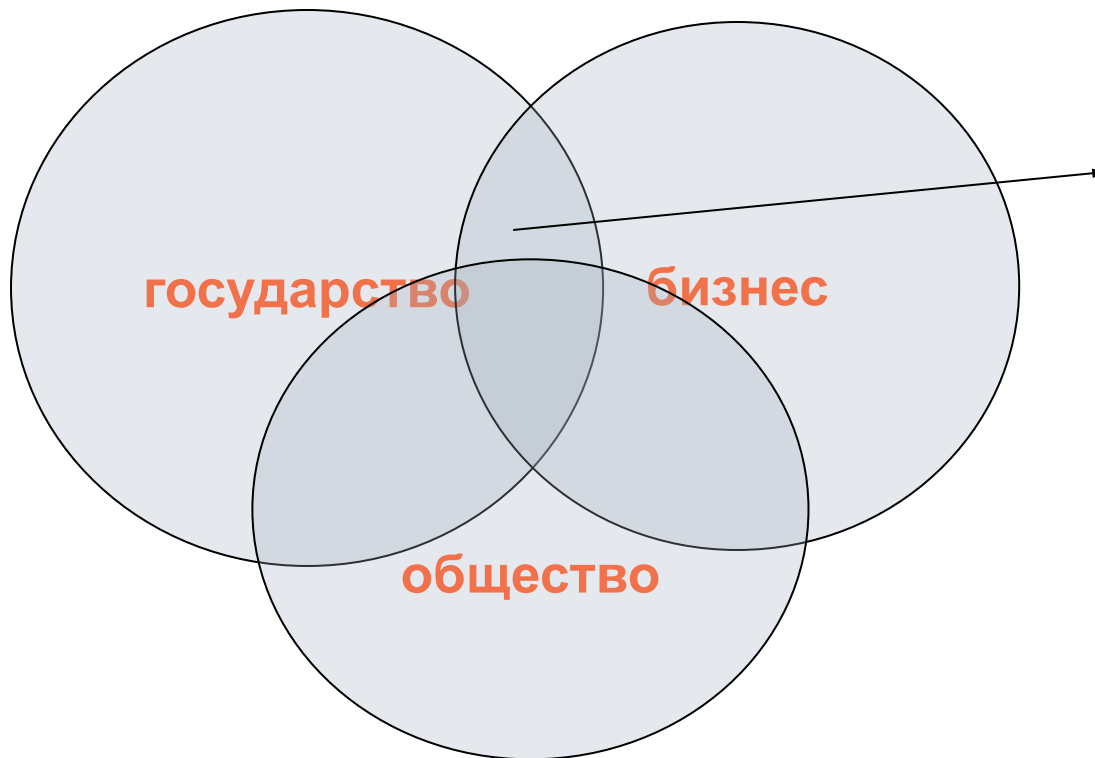
Диалог бизнеса и общества

ГЛАВНЫЕ ЗАДАЧИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ:

- Стимулирование социальной инициативы,
- Создание условий для формирования широкого слоя активных и самостоятельных граждан



Межсекторное партнерство



Партнерство
обеспечивает:

- инновационный подход к решению проблем
- синергетический эффект от усилий 3-х секторов
- расширение ресурсной базы
- новые контакты, позволяющие получить дополнительные возможности влияния на ППР
- лучшее понимание целей и ценностей каждого сектора



Конкурсный механизм, идея социального проектирования, грантовые программы как примеры эффективного партнерства

Конкурс социальных и культурных проектов

Регион	2002	2003	2004	2005	2006
Пермский край	√	√	√	√	√
Волгоградская область			√	√	√
Астраханская область				√	√
Республика Коми				√	√
Западная Сибирь				√	√
Нижегородская область					√
ОАО "ЛУКОЙЛ"				5	



Цели конкурса –

- поддержка инициатив представителей местных сообществ в решении актуальных проблем территорий,
- повышение эффективности благотворительной помощи, оказываемой Компанией

Задачи:

- улучшение благосостояния населения в районах деятельности Компании;
- развитие местных сообществ;
- сохранение национально-культурной самобытности;
- улучшение экологической обстановки;
- помощь общественным организациям, поддерживающим детский спорт

Инициаторы Конкурса – ООО «ЛУКОЙЛ-ПЕРМЬ» и Благотворительный фонд «ЛУКОЙЛ»



Целевая аудитория Конкурса – жители регионов, где проходит конкурс.

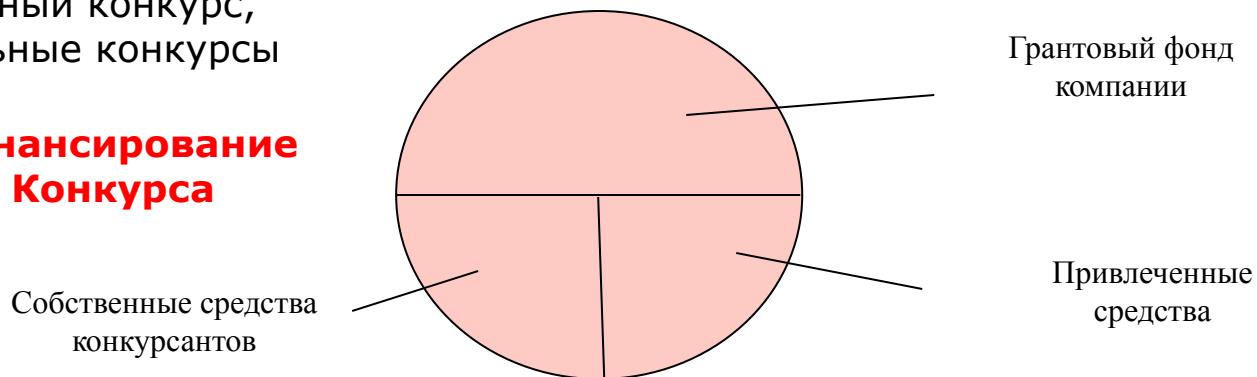
Соискатели - учреждения образования и культуры, некоммерческие организации, общественные объединения и средства массовой информации

Партнеры – местные некоммерческие организации, администрация муниципальных образований.

В Пермском крае Конкурс имеет более сложную структуру:

- конкурс проектов глав органов местного самоуправления,
- корпоративный конкурс,
- муниципальные конкурсы

Финансирование Конкурса





Государственно-частное партнерство

Предприятия Группы «ЛУКОЙЛ» в Республике Коми с 2003 года практикуют заключение **двух- или многосторонних** договоров о сотрудничестве между:

- органами государственной власти или органами местного самоуправления
- субъектами бизнеса, хозяйствующими на территориях.

Взаимодействие Компании, органов
госвласти и общества происходит по
трехуровневой системе:

Соглашение о социальном партнерстве
между ОАО «ЛУКОЙЛ» и Республикой Коми.

Соглашения между дочерним обществом ОАО «ЛУКОЙЛ»-
ООО «ЛУКОЙЛ-Коми» и муниципальными образованиями

Соглашения между структурными подразделениями
дочернего общества (ТПП, ППО)
и подшефными школами, дошкольными учреждениями,
Советами ветеранов, **ОАО «ЛУКОЙЛ»** обществами инвалидов



Основные причины вступления бизнеса в партнерские взаимоотношения

- ❑ создание благоприятной среды:
(благоприятный моральный климат, снижение или предотвращение социальной напряженности, повышение уровня жизни населения)
- ❑ решение актуальных социально-экономических проблем (Компания как коллективный гражданин)
- ❑ формирование позитивного общественного мнения, укрепление восприятия Компании как социально ответственной
- ❑ рост узнаваемости Компании
- ❑ гармонизация отношений с заинтересованными сторонами



Препятствия на пути к развитию партнерства

- механизмы взаимодействия плохо отработаны и недостаточно прозрачны
- неразвитость конкуренции
- информация о социальных инициативах бизнеса недостаточно широко распространяется СМИ
- отсутствие навыков и опыта партнеров для реализации совместных проектов
- нет четкой позиции государства в отношении роли бизнеса в общественном развитии
- социальные инвестиции бизнеса воспринимаются как должное
- негативное отношение к бизнесу как таковому и успешным людям в целом
- государство не учитывает интересы бизнесы



Спасибо за внимание!